

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Kaupunki pukee Mimian

Dressing Mimia -muotinäytöksen kehitys ja tuotteistaminen

Budoor Al Sheik Kazal

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

5/2011

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Budoor Al Sheik Kazal	Sivumäärä 55 ja 5 liitesivua
Työn nimi Kaupunki pukee Mimian. Dressing Mimia -muotinäytöksen kehitys ja tuotteistaminen.	
Ohjaavat opettajat Minna Hautio & Riina Kotilainen	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Dressing Mimia ry	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössäni käsittelen tuotteistamisen ja organisaation teoriaa esimerkin avulla. Käsittelen kulttuuritapahtuma Cocktail Dressing Mimia -muotinäytöksen kehitystä projektin syntyvuosista lähtien. Dressing Mimia pistettiin liikkeelle ensimmäiseksi vuonna 2009 Turussa ja projekti on aloittanut nyt kolmannen vuoteensa suunnittelun vuodelle 2011 Euroopan kulttuuripääkaupungin innoittamassa synnyinkaupungissaan Turussa. Projektin teema ja sisältö muuttuvat vuosittain, mutta muotinäytös ja esittävä taide ovat osa Dressing Mimian perinnettä ja vuosittaista ohjelmaa. Projekti yhdistää luovien alojen ammattilaiset yhteen kehittämään monialaista ja ammattimaista projektia talkoovoimiin.</p> <p>Projektin kehittäjänä ja projektipäällikkönä toimii Turun ammattikorkeakoulusta vaatesuunnittelijaksi valmistunut Lan Le, joka halusi kehittää projektin, joka edesauttaa muotoilun- ja taiteenosaaajat työelämän alkuun. Projektin erikoisuus pohjautuu nuorien vaatesuunnittelijoiden mallistojen esittelyn muotinäytöksessä, joka sisältää myös esittävää taidetta kuten sirkustaidetta ja tanssia. Nollabudjettiin pohjautuva projekti kiehtoo jo sinällään kasvavalla työryhmällään ja yhteistyökumppaneillaan. Opinnäytetyössäni tutkin Dressing Mimian kehitystä, vertailen vuosien 2009 ja 2010 tapahtumia ja katsastan sen tulevaisuutta ja jatkoa.</p> <p>Työ pohjautuu tuotteistamisen ja organisoinnin teorioiden soveltamiseen Dressing Mimian tapaukseen. Lähteinä ovat Dressing Mimian toimintakertomukset ja yhdistyksen säännöt sekä projektipäällikkö Lan Len haastattelu. Opinnäytetyön tilaajatahona toimii Dressing Mimia ry, joka perustettiin vuonna 2010.</p>	
Asiasanat tuotteistaminen, muoti, esittävä taide, organisaatio, kohderyhmät, asiakkaat, kilpailu	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Budoor Al Sheik Kazal	Number of Pages 55 and 5 appendix
Title The city Dressing Mimia. The productisation & development of Dressing Mimia fashion show.	
Supervisor(s) Minna Hautio & Riina Kotilainen	
Subscriber and/or Mentor Dressing Mimia ry	
<p>Abstract</p> <p>This thesis explores the theories of commoditization and organization through an example case. The example case is a culture product: the Cocktail Dressing Mimia fashion show. The thesis studies the development of the product from its beginning to the present. Dressing Mimia was launched in 2009 in Turku and the project has now begun its third year in planning the year 2011, inspired by its hometown Turku being the European Capital of Culture 2011. The theme and contents of the Dressing Mimia project change every year but the fashion show and performing arts remain the main elements each year and are part of its traditions. The project aims to unite creative professionals to develop a multi-skilled and professional project organized by volunteers.</p> <p>The project developer and the manager of Dressing Mimia is the fashion designer graduate Lan Le who wanted to develop a project that helps young art and design professionals to the beginnings of working life. The specialty of the project is based on the young designers' presentations of their collections at a fashion show that includes performing arts such as circus arts and dance. The zero budget project fascinates by its growing team and number of partners. This thesis studies the development of Dressing Mimian, compares the 2009 and 2010 events, and extrapolates to the future of the project.</p> <p>The work is based on the internalization of theory in a specific product, Dressing Mimia's activity reports, the rules of the Dressing Mimia Association, and the project manager Lan Le's interview. The subscriber of the study is Dressing Mimia Association, founded in 2010.</p>	
Keywords Productisation, fashion, performing arts, organization, target group, clients, competition	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 DRESSING MIMIA	6
2.1 Dressing Mimian synty,historia ja tavoitteet	6
2.2 Dressing Mimia tapahtumana	8
2.2.1 Dressing Mimia Cocktail muotinäytös 2009	8
2.2.2 Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010	11
2.2.3 Dressing Mimia Design & Arts Event 2011	14
2.2.4 Tapahtumien vertailu	18
3 DRESSING MIMIA TUOTTEENA	23
3.1 Kuinka tuote synty?	25
3.2 Onko Dressing Mimia tuote?	32
4 DRESSING MIMIA ORGANISAATIONA	34
4.1 Organisaation teoria	34
4.1.1 Organisaation rakennetyypit	36
4.2 Dressing Mimia organisaation kehitys	41
4.2.1 Dressing Mimia 2009	42
4. 2.2 Dressing Mimia 2010	46
4.2.3 Dressing Mimia 2011	47
4.2.4 Yhteenveto muutoksesta	49
5 LOPPUPÄÄTELMÄT	51

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Koulutuksen aikana on hyvä valita hyvät työharjoittelupaikat ja projektit, jotka edesauttavat työllistymistä kulttuurikentällä koulutuksen jälkeen. Aloittaessani opiskelun kulttuurituottajaksi vuonna 2007 Turun Humanistisessa ammattikorkeakoulussa tiesin alusta asti oman kiinnostukseni osa-alueen: olen aina halunnut työskennellä muotimaailman tapahtumatuotannossa, niinpä aloin suuntautua ensimmäisestä vuodesta lähtien muotimaailmaan.

Vuonna 2009 nuori vaatesuunnittelija Lan Le oli etsimässä kulttuuriassistenttia tulevan muotinäytöksensä nimeltä Dressing Mimia. Tartuin tilaisuuteen ja olen nyt ollut mukana kahtena vuotena näytöskoordinaattorina ja siten aitiopaikalla seuraamassa ja vaikuttamassa siihen, että muutaman ihmisen yhteisestä projektista on kasvanut tunnustettu tekijä Turun muotimaailmassa ja että sen toimintamuoto on muuttunut pysyvämmäksi ja ammattimaisemmaksi.

Vertailen tutkimuksissani Dressing Mimiassa kahden vuoden aikana tapahtunutta muutosta ja kasvua sekä hahmotan sen tulevaisuutta. Tutkimuksessani tuon esille myös lavan takana olevan tuottajan työkuvan toimittuani kaksi vuotta peräkkäin projektin näytöskoordinaattorina. Tutkimukseni pohjautuu teoriaan, omakohtaisen kokemuksen ja haastatteluun. Tutkimuksessani haluan selvittää *miten* Dressing Mimia kehittyi epämuodollisesta kaverikokoonpanon toteuttamasta tapahtumasta yhdistykseksi, joka systemaattisesti pyrkii kehittämään alueen nuorten vaatesuunnittelijoiden elinkeinoa ja näkyvyyttä. Tutkimuskysymykseni on siis, *miten yksittäisestä ideasta alkunsa saanut tapahtuma syntyy, kasvaa, vakiintuu ja organisoituu ammattimaiseksi tuotannoksi. Miten ja miksi se tapahtuu ja mitä etuja ja haasteita tähän liittyy?*

2 DRESSING MIMIA

Tässä luvussa selvitän Dressing Mimian syntyä ja historiaa ja tuon esille sen tarkoitusta, kohderyhmää ja asiakkaita. Muotinäytösten tuotteistaminen on pitkäkestoinen prosessi, joka vaatii aikaa ja työtä järjestäjiltä sekä yhteistyökumppaneilta. Työ on vaativa ja pikkutarkka ja näytösorganisaatioilla on paljon tehtävää ennen varsinaista esitystä yleisölle. Tutkimuksessani kerron Dressing Mimian synnystä sekä sen ohjelmasta, tutkin Dressing Mimian kahden vuoden aikana tapahtunutta kehitystä ja luon katsauksen sen tulevaisuuteen. Dressing Mimian perinteisiin kuuluu jokavuotinen teeman luominen, jonka pohjalta projekti saa nimensä ja ohjelmansa kaikkine sisältöineen. Kerron myös omasta roolistani kulttuurituottajana projektissa.

2.1 Dressing Mimian synty, historia ja tavoitteet

Dressing Mimia syntyi vaatesuunnittelija Lan Len innostuksesta kehittää projekti joka tarjoaisi hänelle itselleen ja hänen kollegoilleen työllistymismahdollisuuksia. Nimensä projekti on saanut vuonna 2008, kun kolme projektin alullepanijaa pohtii miten nimi voisi kuvastaa vaatetusalaa että esittäviä taiteita. Teemana olisi nostalgia, ylellisyys, seurapiirielämä ja salakapakkatunnelma ja kabareehenkisyys. (Le 2011.)

Haastattelin Dressing Mimian alullepanijaa Lan Leta Dressing Mimian synnystä. Hän kertoo (Le 2011) Dressing Mimian nimen muotoutuneen muodista ja esittävästä taiteesta. Dressing viittaa enemmän muotiin ja Mimia mimiikkaan, joka on yksi esittävän taiteen muodoista, josta he olivat kiinnostuneita. Le on tehnyt paljon markkinointi- ja promootiotyötä koulun ohella, mikä on tarjonnut hänellä hyvän mahdollisuuden verkoistoitua tuotemerkkeihin, jotka lähtivät lopuksi Dressing Mimian sponsoreiksi. Le kertoo, että juuri näiden sponsoreiden ansiosta toteutettiin koko tapahtuma, vaikeuksista huolimatta. Ensimmäinen ravintola, johon heidän piti muotinäytös alun perin järjestää, joutui konkurssiin. Le kertoo, että tästä huolimatta tapahtuma päätettiin järjestää, koska sponsoreille ei halut-

tu siinä vaiheessa ilmoittaa, ettei tapahtumaa järjestettäisi, koska he jo olivat lupautuneet seisomaan projektin takana.

Dressing Mimia onkin erilainen kaikista tavanomaisista muotinäytöksistä juuri siksi, että se yhdistää eri taidealan tekijät, tässä tapauksessa vaatemuotoilun ja esittävät taiteet, yhteen saman näytöksen alle. Tällä tavoin projekti tarjoaa monipuolista ja taiteellista rikkautta sisällöllään. Esittävä taide on olennainen osa Dressing Mimia -tapahtumaa. Dressing Mimian projektikoordinaattori, sirkustaiteilija Marjukka Erälinna, halusi liittää kehollista ilmaisua näytöksen ja olla osana esitystä (Dressing Mimia 2009a). Erälinna on ollut mukana projektin suunnittelussa ja toteuttamisessa vuodesta 2009 lähtien järjestäjänä sekä itse esiintyjänä.

Projekti perustuu yksinomaan talkoovoimin tehtävään yhteistyöhön. Projekti pistettiin alulle ystävien keskeen ja tapahtumaan haettiin esiintyjiä ja suunnittelijoita omista lähipiirin kontakteista. Se oli oiva tilaisuus sekä nuorille kokemattomilla vaatesuunnittelijoille että esiintyjille tuoda osaamistaan näytille ja hankkia mahdollisimman laajaa kontaktiverkostoa. (Le 2011.)

Projekti pohjautuu nollabudjettiin ja yhteistyökumppaneiden sponsorointiin. Valokuvaajat, esiintyjät, mallit ja järjestäjät olivat mukana vapaaehtoisina työntekijöinä kehittämässä omaa osa-aluettaan ja projektia. Turun alueella kehitetty Dressing Mimia haluaakin tuoda oman paikkakuntansa lahjakkaita, nuoria ja kokemattomia osajia esiin valtakunnallisesti tunnetuiksi osajiksi. (Dressing Mimia 2009a; 2010.) Le käytti paljon aikaa ja vaivaa etsiessään yhteistyökumppaneita ja sponsoreita, jotka olivat tietoisia projektin nollabudjetista ja olivat silti valmiita tukemaan tapahtuma ja sen edistystä.

Dressing Mimian missio on luoda jotain uutta; yhdistää muotia, muotoilua ja esittävää taidetta ja perustaa näitä yhdistävä foorumi, jonka kautta ihmiset voivat verkostoitua näiden alojen sisällä ja alojen välillä sekä käyttää yhteismarkkinointivoimaa hyväkseen. (Le 2011) Tämä onkin Dressing Mimian periaate johon se pyrkii ja jota se yrittää saavuttaa toiminnassaan. Projektin tavoitteena on, kuten edellisessä kappaleessa mainitsin, kontaktien luominen vaatesuunnittelijoiden, projektinjärjestäjien ja sponsori- ja kulttuurialan tahojen kanssa sekä

miellyttävän esityksen luominen katsojille ja oman alan harjoittaminen ja toteuttaminen. Tavoitteena on tuoda esille uusia, nuoria taiteilijoita ja tehdä suunnittelijoita tunnetuksi Turussa ja ympäri Suomea. Kontaktien luominen on elintärkeää ja yksi päätavoitteista Dressing Mimialle ensimmäisestä vuodesta lähtien. Dressing Mimian päätavoite ei ole tuottaa voittoa vaan kannustaa eri kulttuurialan tekijöitä pyrkimään esille. Dressing Mimia pyrkii tekemään itsensä pysyväksi kulttuurikentällä ja sen kautta pyritään luomaan uusia ja maanlaajuisia verkostoja. (mt.)

2.2 Dressing Mimia tapahtumana

Seuraavissa kappaleissa avaan vuosien 2009, 2010 ja 2011 Dressing Mimia -tapahtumat ja vertailen niiden kehitystä ja muutosta kolmen vuoden aikana. Itse toimin molempina vuosina ja edelleen näytöskoordinaattorina tapahtumissa ja olen nähnyt Dressing Mimian kehityksen ja kasvun kahden vuoden aikana pienestä kaveripiirin projektista suosituksi ja onnistuneeksi tapahtumaksi, joka haluaa tavoittaa uusia ja lahjakkaita suunnittelijoita, taiteilijoita sekä artisteja osaksi tulevaisuuttaan. Projektiryhmän kokoonpano aloitettiin huhtikuussa 2009. Projektipäällikkö Lan Le rekrytoi nuoria vaatesuunnittelijoita ja esiintyjiä omasta kaveripiiristään. Vaatesuunnittelijoiden määrä rajattiin yhteentoista osallistujaan ja jokaisella suunnittelijalla oli oltava oma vaatemallisto, joka koostui kolmesta yhdeksän asuun. Seuraavissa kappaleissa käsittelen Dressing Mimian teema, talous- ja yhteiskumppanit sekä tapahtuman kulkua kahden edellisen vuoden aikana sekä käsittelen lyhyesti Dressing Mimia 2011.

2.2.1 Dressing Mimia Cocktail muotinäytös 2009

Ensimmäinen Dressing Mimia oli muotinäytös drinkkitilaisuuden muodossa; tapahtuma, jossa kaikki oli mustavalkoista ja jossa haluttiin herättää nostalgista tunnelmaa. Näytöksen teemaksi nousi nostalgia, ylellisyys, nautiskelu ja seuraapiirielämä. (Dressing Mimia 2009a.) Le kuvailee seuraavasti visionsa tapahtuman teemasta:

Tavoitteena oli luoda sikarintuoksuinen seurahuone, jonka hämärässä valaistuksessa kimmeltävät naisten pukujen koristeet ja korut, ja siellä täällä lentävät miesten hatut ilmaan musiikin tahdissa. Lasien kilinä, puheen sorina, kenkien kopina ja elävä musiikki elävöittivät näytöstä. (mt.)

Teeman valinta on tärkeä, sillä se heijastaa yrityksen viestiä ja sen pitää olla näkyvää tapahtuman kaikissa osa alueissa muun muassa kutsussa, ohjelmassa, sisällössä, materiaalissa, somistuksessa, tarjoilussa ja pukeutumisessa (Vallo & Häyrynen 2008, 180–181).

Talous ja yhteistyökumppanit

Tapahtuman rahoittaminen on toiminut kokonaisuudessaan sponsoreiden avustuksilla, yhteistyöllä sekä talkoovoimiin eri tahojen kanssa. Dressing Mimia lähti käyntiin nollabudjetilla ja kaikki materiaali kuten julisteet, flyerit, kutsut, paikanvuokraus, naposteltavat ja juomat olivat sponsorilähtöisiä. Sponsoritahojen etsiminen ja valitseminen on erittäin tarkkaa koska sponsoreiden pitää sopia tapahtuman imagoon ja sponsorin pitää toisaalta olla halukas liittämään tapahtuma omaan imagoonsa (Mannermaa 1993, 195). Sponsoreilla ja yhteiskumppaneilla saatiin käyntiin ensimmäistä kertaa Turun Sokos Hamburger Börs yökerhossa Cocktail Dressing Mimia -muotinäytös 24. lokakuuta 2009 (Dressing Mimia 2009b).

Muotinäytöksen kaikki 12 mallia (kymmenen naista ja kaksi miestä) tulivat Turun Fashion Team -toimistolta. Meikkitaiteilija ja kampaaja olivat mukana tuotteillaan ja työllään sponsoreina. Dressing Mimia osaltaan käytti sponsoreiden logoa kaikissa markkinoinnissaan, kuten julisteissaan (Liitteet 1 ja 2), kutsuisaan, kotisivuillaan sekä esitteissään.

Tapahtuman kulku

Näytöksessä esiteltiin yhdentoista vaatesuunnittelijaopiskelijan mallistoa. Tilaisuudessa esiteltiin cocktail-vaatemallisto sesongille pikkujoulu -09/-kevät -10. Jokainen suunnittelija toi lavalla vähintään kolme ja enintään yhdeksän luomusta. Tapahtuma yhdisti muotoilun ja taiteen kutsumalla kokoon vaatesuunnittelijat, sirkustaiteilijat sekä graafiset suunnittelijat. Tapahtuman pääsuunnittelijat ovat sirkustaiteilija Marjukka Erälinna ja vaatesuunnittelijaksi valmistunut Lan

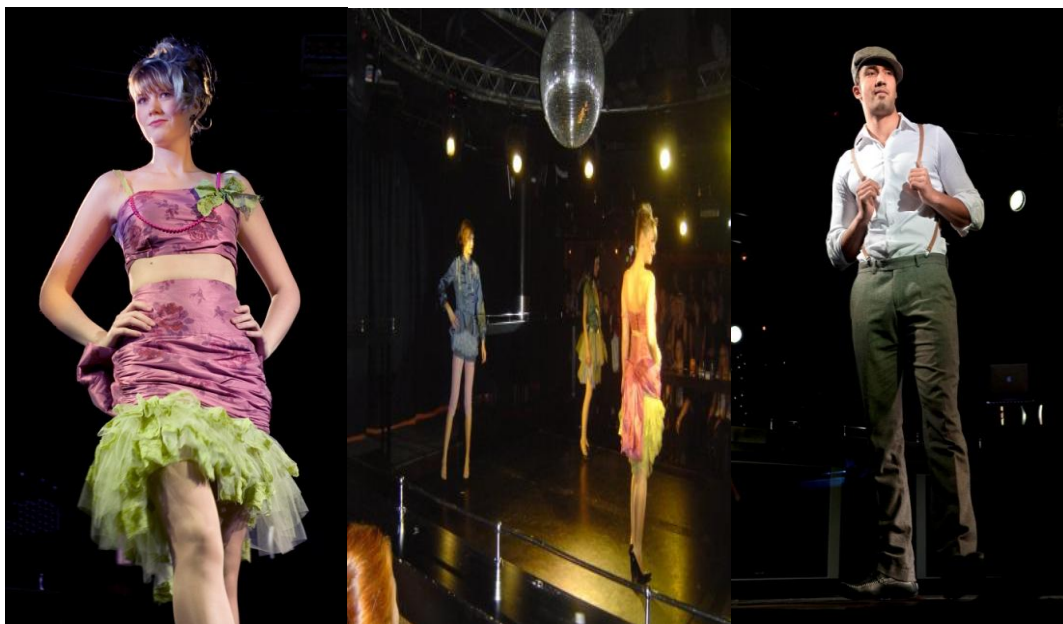
Le, joka toimi myös projektikoordinaattorina ja toimi mentorina minulle, jonka rooli oli näytöksen ja valokuvauksen koordinointi. (Dressing Mimia 2009a.)

Esiintyjinä toimivat Sirkusunioni-ryhmä ja Elyseum-tanssiryhmä. Juontajana ensimmäisenä vuotena oli yksi Dressing Mimian omista vaatesuunnittelijoista, Janne Gävert. Työryhmä koostui noin 50 henkilöstä, joille oli jaettu oma alueensa, joita he hoitivat melko itsenäisesti. Muotoilun ja taiteen yhdistäminen muotinäytöstapahtuman muodossa ei ole täysin käyttämätön ajatus, mutta Turun mitataavassa noin kymmenkunta yhteistyöyrityksen talkoovoimin järjestetty cocktail-tilaisuus muotinäytöksineen ja toimijoiden nettiportfolioineen on jo varsin huomattava hanke. Työryhmä sisälsi seuraavat ihmiset; projektipäällikkö, kulttuurituotannon assistentti, vaatesuunnittelijat (11 henkilöä), graafiset suunnittelijat (2 henkilöä), sirkustaiteilijat (3 henkilöä), tanssiryhmä Elyseum (4 henkilöä), tiskijukka, puvustajat (1 työryhmä, n. 2 henkilöä), pukeutumisavustajat (3 henkilöä), kampaaja, meikkaaja, valokuvaajat (3 henkilöä), näytöksen koordinaattori sekä mallit (12 henkilöä). Tämän työkokoonpanon avulla järjestettiin onnistunut muotinäytös ja saatiin uusia yhteistyökumppaneita tuleville vuosille. (mt.)

Tilaisuus oli yksityinen ja paikalle oli tavoitteena kutsua 400 kulttuurialan VIP-asiakasta (muun muassa vaatetusalan edustajia, muotoilun ja taiteen ammattilaisia sekä tukena toimivat perhe ja ystävät tms.) ja tulevaisuuden yhteistyökumppaneita. VIP-tilaisuuden loputtua tapahtuma oli avoin kaikille. Vaatesuunnittelijat saivat tilaisuuden tuoda osaamistaan ammattilaisten tavoin kaikkien nähtäväksi ja tarkoituksena oli saada vaatteet myytyä eteenpäin, eli vaatteiden oli oltava huippukunnossa ja heti myyntivalmiina näytöksen jälkeen. Näytöksen suunnittelijat ja organisoijat puolestaan voivat näyttää organisoimis- ja järjestämistaitojaan kulttuurin kentällä. Jokaista vaatesuunnittelijaa, taiteilija ja järjestäjää kehoitettiin hankimaan tilaisuuteen käyntikortteja oman uransa edistämiseksi. (mt.)

Ensimmäinen kutsuvierastilaisuus järjestettiin kello 17.30–20.55 ja avoin tilaisuus kello 21.00–23.00. Eli siinä päivänä järjestettiin yhteensä kaksi näytöstä ja kukin näytös oli kestoltaan noin 40 minuuttia pitkä. Tilaisuuksissa tarjoiltiin lasi kuohuviiniä ja pientä purtavaa. Yökerhon oma baaritoiminta oli kiinni näytöksen aikana ja normaali baaritoimintaa alkoi näytöksen loputtua. Molempiin tilaisuuks-

siin saapui noin 300–400 asiakasta eli yhteensä yleisöä oli noin 700 molemmissa näytöksissä yhteensä. Ensimmäisestä vuodesta saatiin paljon hyvää ja rakentava palautetta, joka otettiin huomioon vuoden 2010 tapahtumassa, muun muassa katsomoon istumapaikkojen järjestäminen ja pitempiä sisääntuloja näytöksiin. Tilaisuus oli onnistunut ja yleisöön määrä ja kiinnostus ylittivät odotukset ja kannusti Dressing Mimian tuotantotiimiä jatkotapahtuman suunnitteluun. (mt.)



Kuva 1. Dressing Mimia Cocktail 2009 muotinäytös. Kuva Ville Vehmanen

2.2.2 Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010

Tapahtuman teema yhdisti rockia ja burleskia vuodelle 2010. Tapahtuman nimi muotoutuukin näistä kahdesta ”Rocklesque” (Le 2011). Seurapiirit ovat olleet toistuva teema näinä kahtena vuonna. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010 keräsi eri taiteenalojen osaajia ja ammattilaisia tuottamaan muotinäytöksen muodossa loistavan esityksen, jossa 18 nuorta turkulaista vaatesuunnittelija sai mahdollisuuden tuoda osaamistaan ja luoda 3-6 asua kukin. Tapahtuma toteutui keskiviikkona 17.11.2010, Turun VPK:n talolla. (Dressing Mimia 2010.)

Talous ja yhteiskumppanit

Dressing Mimia 2010 toiminta perustuu tänäkin vuonna nollabudjettiin ja yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden tarjoamaan tukiin. Työryhmän rekrytointi

toimii samalla periaatteella kun edellisenä vuonna eli vapaaehtoistyövoiman avulla. Mukana oli vanhoja ja uusia toimijoita muun muassa järjestäjiä, malleja, esiintyjiä, vaatesuunnittelijoita, kymmeniä valokuvaajia, kampaajia ja meikkaajia. Yhteistyökumppaneiden määrä oli kaksinkertaistunut edellisestä vuodesta (Liite 4.) ja Dressing Mimia oli saanut uusia luovan alan kiinnostuneita toimijoita projektinsa. Tehostetun markkinoinnin avulla Dressing Mimia nimenä ja tuotteena oli noussut tunnetuksi tapahtumaksi Turun alueelle, mikä sai huomioita kulttuurin ja taiteen alan toimijoilta. Malleja ei haettu mallitoimistolta vaan heitä rekrytoitiin suoraan yksittäisinä toimijoina projektin mukaan. (Dressing Mimia 2010.)

Tapahtuman kulku

Tapahtuma oli selvästi suurempi kuin sitä edellisenä vuonna. Ensimmäisenä vuonna tapahtumapaikkana toimii Hamburger Börsin yökerho ja toisena vuonna paikkana oli suurempi ja hohdokkaampi Turun VPK talo, jossa kattokruunut ja Eastwayn rakentama, punaisella matolla peitetty, kymmenen metrin pituinen lava toivat tapahtuman uudenlaista nostalgista tunnetta ja glamouria. Mukana tapahtumassa erilaisten sponsoreiden lisäksi tuli Ofelia Market, joka sai käyttöönsä koko VPK-talon yläkerran. Ofelia Market tarjosi tapahtuman henkeen sopivia tuotteita tarjoavia käsityöläisiä, suunnittelijoita ja putiikkeja, jossa yleisöllä oli mahdollisuus käydä ostoksilla ja tutustua samalla näytöksessä tuotantoon esittäneiden vaatesuunnittelijoiden myyntipisteisiin, johon lavalla nähdyt luomuksetkin tulivat myyntiin heti esityksen jälkeen. (mt.)

Projektin suunnittelu alkoi hyvissä ajoin toukokuussa 2010. Tuona vuonna Dressing Mimia tiimi koostui yli 50 henkilöstä. Mukana ovat muun muassa projektipäällikkö, näytöskoordinaattori, media-assistentti, markkinointiassistentti, Sirkusunioni, 15 mallia (12 naismallia ja 3 miesmallia), DJ Frankie Wells, Tanssiryhmä Elyseum ja Dance Group Impulse. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010 näytöksessä olikin monia esittävän taiteen esiintyjiä kuten Sirkusunioni, Drag Queen Miss Divet, muusikkokaksikko Hansa Lovers, Klovni Birgitta sekä esiintyjiä, jotka saapuivat Turun ulkopuolelta kuten burleskitaitelija Sir Willy Waterlily Porvoosta, Adoran ja myös Ofelia Marketin Lumimarja Wilenius ja Päivyt Toivonen ovat tulleet Helsingistä sekä muusikko Johnny B. D. on Loimaalta koitoisin. Tämän monipuolisen ryhmän esitykset rikastuttivat ohjelmansisältöä.

(mt.) Itse olin mukana edellisvuoden tapaan näytöskoordinaattorina. Seuraavassa kuvassa esiintyy muutama vuoden 2010 esiintyjä mm. Miss Divet, Dancegroup Impulse ja Sirkusunioni:



Kuva 2. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010. Kuva Tiina Salminen

Toteutus ylitti tuotantotiimin sille asettamat odotukset. Yleisöä odotettiin 400–600, mutta paikalla tuli yli 700 henkilöä. Ensimmäisenä vuonna projekti oli vielä uusi ja pieni eikä odotettu niin suurta kasvua tapahtuvan vuodessa. Dressing Mimian työryhmä oli todella nöyrä ja yllätynyt saavutetusta tunnettuudesta ja haluaa kehittää Dressing Mimiaa enemmän seuraavia vuosia varten. (mt.)

Dressing Mimia 2010 avasi ovensa yleisöllä 17.11. kello 18.00, jolloin Dressing Mimian sirkustaiteilijat ohjasivat vieraita hakemaan tervetuliaismaljansa ja tutustumaan myyntipisteisiin yläkerrassa sekä esittelypisteisiin alakerrassa. Tervetuliaismaljojen jälkeen baareista ja promootiopisteistä myytiin vieraille juomia ja cocktaileja. Kello 19.45–20.00 yleisöä pyydettiin järjestäytymään paikoilleensa katsomoon ja kaikki myyntipisteet suljettiin ohjelman ajaksi. Miss Divet toimi juontajana ja hän aloitti tapahtuman räiskyvällä sisääntulollaan Whitney Houstonin ja Tina Turnerin säveliin. Näytös kesti vähän yli kaksi tuntia, jonka jälkeen baari ja myyntipisteet avattiin. Noin yhdentoista aikoihin järjestettiin arvonta. Arvonta oli pientä extra tapahtuman päätöksellä. Arvonnassa jaettiin pieniä palkintoja, kuten hiustuotteita. Valitettavasti suurin osa vieraista alkoi lähteä melkein heti näytöksen jälkeen ja arvontaan jäi vain pieni osa (noin 10 %) alussa

olleista vieraista. Tilaisuus kesti 01.00:een saakka mutta yleisöä oli tuskin yhtään enää siihen aikaan. (mt.) Dressing Mimiassa järjestettiin toinen kilpailu, jossa eniten yleisön ääniä saaneen malliston suunnittelija palkitaan omaa nimeään kantavalla muotinäytöksellä Dressing Mimian tulevana vuonna 2011. Vuoden 2010 tapahtumassa suunnittelija Anni Hauninen voitti Lady Day – mallistolaan vuonna 2010 (kuva 4.) yleisöäänestyksessä oman muotinäytöksen vuodelle 2011, Dressing Mimia ry:n tuella. (mt.)



Kuva 3. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010. Kuva Tiina Salminen

2.2.3 Dressing Mimia Design & Arts Event 2011

Vuonna 2011 Dressing Mimia ry, Turussa pääsääntöisesti toimivana yhteisönä, kantaa kortensa kekoon Turku kulttuuripääkaupunkivuoteen käynnistämällä jälleen itsenäisesti eri muotoilun- ja taiteenalan tekijöille vajaan vuoden mittaisen yhteistyöprojektin, joka rakentuu syksyllä järjestettävän ydintapahtuman ympärille. Tapahtuma koostuu monitaiteellisesta cocktail- ja muotinäytöstapahtumasta, jonka yhteydessä voi projektin toimijoihin tutustua, muun muassa myyntinäyttelyiden kautta. Dressing Mimia Arts & Design tapahtuma nähdään Turun Logomon estradeille lauantaina 22.10.2011. Logomo

on luovan talouden, taiteen ja kulttuurin keskus, joka toimii vanhassa konepajassa vain 700 metrin päässä Turun torilta. (Dressing Mimia 2011.)

Dressing Mimia on tänä vuonna 2011 yhteistyössä Turku Design festivaalin kanssa ja edesauttamassa Turku Promenadi -muotinäytöstä markkinoinnissa ja tuotannossa. Turun ydinkeskustan designia nähdään kävelykadulla järjestettävässä Promenadi näytöksessä toukokuussa. Festivaali on kerännyt huikean kokoonpanon turkulaisia muodin alan vaikuttajia sekä näyttävällä ulkoilma-catwalkilla ja monipuolisilla myyntikojuilla. Dressing Mimia myös markkinoinut blogeissaan ja Facebook-sivuillaan kaikkia luovan alan toimijoita, kuten uusia suunnittelijoita, valokuvaajia, design liikkeitä ja kauppia.

Talous ja yhteiskumppanit

Vuoden 2011 tapahtumaan rekrytoidaan edelleen uusia yhteiskumppaneita ja sponsoreita, sekä esiintyjiä, taiteilijoita, malleja sekä tuotantotiimin kanssa kiinnostuneita oman alansa ammattilaisia muun muassa mukaan halutaan tänä vuonna media-assistenttia ja esittäväntaiteen koordinaattoria. Yhdistyksen myötä tarjottavan rahoituksen ansiota projektilla on mahdollisuus ottaa ammattilaisia tahoja kehittämään Dressing Mimia projektia. Dressing Mimia on päässyt taloudellisesti ensimmäistä kertaa omilleen, kuitenkin projektilla ei ole riittävästi resursseja maksaa kaikille toimijoille palkka. Mallien haku on edelleen käynnissä, ja tavoitteena on hankia yhteensä 53 mallia. Suunnittelijoita rajattiin 15 henkilöön. (mt.) Kuitenkaan en voi tässä opinnäytetyössä avata enempää vuoden 2011 projektia, koska projekti on vasta suunnitteluvaiheessa ja kaikkia järjestelyjä ja työryhmän jäsenien lukumäärä ei ole lyöty lukkoon.

Tapahtuman kulku

Projekti on teeman raameissa kaikille kiinnostuneille avoin ja näytöksen vaatemallistot ja esitykset kattavat kaikkea mitä ymmärretään muotoilulla ja taiteella. Projektin vaatesuunnittelijoiden kokoonpano supistetaan 15 suunnittelijaan, joilla on jokaisella neljästä kahdeksaan asukokonaisuutta, Design & Arts -teemaa tulkiten. Asukokonaisuudet voivat olla sekä naisten että miesten vaatteita ja asusteita. Kaikki projektissa esiintyvät mallistot osallistuvat automaattisesti valokuvaäänestykseen sekä suunnittelukilpailuun. (mt.)

Dressing Mimia valokuvaäänestys suoritetaan pari viikkoa ennen varsinaista tapahtumaa. Jokainen suunnittelija valitsee yhden valokuvan, joka julkaistaan Facebookissa. Eniten tapahtumapäivään mennessä yleisön "tykkäyksiä" saaneen valokuvan työryhmä palkitaan ravintolaillallisella. Tänäkin vuonna Dressing Mimia suunnittelukilpailussa yleisö äänestää näytöspäivänä suosikkimallistoaan.



Kuva 4. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010. Kuva Peter Sebastian

Muiden projektissa toimivien henkilöiden määrää ei rajoiteta. Yhteydenpito mahdollisiin projektiin osallistujiin tapahtuu sähköisten kanavien kautta, muun muassa Facebookin ja blogin avulla. Lisäksi tuotantotiimi ottaa Internetiä hyödyntäen myös suoraan yhteyttä eri toimijoihin sähköpostitse ja puhelimitse myös aiemmin hankittuja kontakteja ja kokemuksia tullaan käyttämään uusien kontaktien hankkimisessa. (mt.)

Hanke toteutetaan kokonaisuudessaan talkoovoimin ja osallistujille ei makseta palkkaa. Palkkio kaikille toimijoille on markkinoinnillinen tuki, markkinointimateriaali, näkyvyys ja arvokas kontaktiverkosto. Jokaiselle taiteilijalle teetetään hänen töistään tai valokuvistaan 100 kpl postikortteja tai esitteitä, 250 kpl käyntikortteja sekä yksi A2-kokoinen tuloste kapalevyllä. Osallistujille tarjotaan markkinointinäkyvyyttä seuraavien tilaisuuksien avulla:

- **Cocktail-tilaisuudessa luovan alan toimijoille**, jossa he saavat näyttelypisteitä työlleen

- **Project Dressing Mimia -blogissa**, jonne saavat oman esittelyn sekä linkin kotisivuilleen
- **Dressing Mimian Facebook-sivustolla** sekä **Dressing Mimian kotisivuilla**, joilla julkaistaan kuvia töistä projektin puitteissa
- **Dressing Mimian markkinointimateriaaleissa**, mm. käsiohjelmassa ja esitteissä
- **Mediassa** kuten tiedotustilaisuudessa

Lisäksi jokaiselle toimijalle tarjotaan kannustimena työllensä oleellista markkinointimateriaalia, esimerkiksi malleille kuvia mallikansioon, valokuvaajille yhden enintään 100-sivuisen lookbookin valitsemistaan töistä kovakantisen kirjan muodossa sekä 100 kpl flyereita. Meikkaajille ja kampaaajille teetetään 100 kpl flyereita ja ostetaan heiltä lahjakortteja mallien palkkioiksi. (mt.)

Projektiin osallistuessa jokainen toimija allekirjoittaa Dressing Mimia ry:n kanssa sopimuksen, jossa kumpikin osapuoli sitoutuu seuraaviin ehtoihin:

1. Projekti toteutetaan talkootyöllä.
2. Kaikilla projektiin osallistuvilla, Dressing Mimia ry mukaan lukien, on oikeus käyttää ja julkaista projektin puitteissa syntyviä, käsiteltyjä valokuvia, videoita sekä muita dokumentteja ja tallenteita omissa markkinointitarkoituksissaan.
3. Yhteisiä aikatauluja noudatetaan täsmällisesti. Mikäli aikatauluja muutetaan, niistä ilmoitetaan ajoissa.

Dressing Mimia 2011 tapahtuman tarkka ohjelmasisältöä ja kaikkia projektin osallistuvia yhteistyökumppaneita, sponsoreita ja henkilöstöä ei ole vielä tarkkaan dokumentoitu, sillä projekti etsii ja kehittää edelleen projektinsa syksyä varten. (mt.)

2.2.4 Tapahtumien vertailu

Tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2009 pienellä työryhmällä, joilla ei ollut paljon kokemusta muotinäytös-tapahtumien tuotannosta. Vuoden 2009 verrattuna vuoden 2010 tapahtuma oli jo huomattavasti suurempi. Vuonna 2010 mukana oli kolminkertaisesti enemmän esiintyjiä ja melkein tuplasti enemmän suunnittelijoita. Vuonna 2011 tapahtuma toivotaan olevan vieläkin suurempi. Vuonna 2010 työryhmän sitouttaminen työtehtäviinsä Dressing Mimian projektipäällikkö laati sopimuksen, joka velvoittaa toimijoita tekemään heille määrättyjä tehtäviä ja noudattamaan projektin sääntöjä sekä periaatteita. Vuonna 2011 sopimuksia hiottiin paremmiksi ja uusia sääntöjä kirjattiin ylös. Sopimuksia tehdään muun muassa yhteiskumppaneiden, sponsoreiden, vaatesuunnittelijoiden ja kaikkien projektissa mukana olleiden tahojen kanssa. Mallien sopimuksissa muun muassa vaaditaan vanhempien allekirjoitus ja lupa jos malli on alle 18 vuotta.

Talous ja yhteiskumppanit

Vuoden 2011 Dressing Mimia projektiin on hakenut 23 vaatesuunnittelija, josta valittiin 15 suunnittelija. Vuonna 2009 työryhmä oli noin 50 henkilöä ja sponsoreita ja yhteiskumppaneita kymmenkunta. Dressing Mimia 2010 oli laajentunut yli 50 henkilön työryhmän ja sponsorit sekä yhteiskumppanit olivat kaksinkertaistuneet. Dressing Mimia oli kasvattanut työryhmänsä vuoden aikana tuplasti ja jopa kolminkertaisesti. Dressing Mimia on; voittoa tavoittelematon yhdistys ja toimintaa perustuu vapaaehtoistyöhön. Vuonna 2010 Dressing Mimia rekisteröitiin yhdistykseksi. Yhdistyksen perustaminen onkin suuri kehityssaskel Dressing Mimialle.

Tapahtuman kulku

Dressing Mimia 2010 oli ohjelmasisällöltään monipuolinen ja ensimmäisestä vuodesta opittiin paljon. Asiakkaiden palautteet ovat aina tapahtumanjärjestäjälle eduksi koska näin nähdään tapahtuma ulkopuolisiin silmiin ja päästään kehittämään ja muuntaman tapahtuma paremmaksi tulevia vuosia varten. (Vallo & Häyrinen 2008, 171) Vuoden 2009 asiakaspalautteiden myötä Dressing Mimia pitensi näytöksen sisääntuloa, istumapaikkoja koottiin 200 henkilöllä lavan molempiin reunoihin ja sponsoreiden avulla lisättiin tarjottavaa. Tämän lisäksi

edellisvuotisesta menestyksestä voitiin tehdä myös muita päätelmiä: Kävijämäärä oli ollut suuri, jolloin voitiin riskeerata ottamalla uusi, suurempi ja kallis tapahtumapaikka. (Dressing Mimia 2010.)

Dressing Mimia ry on nyt hakemassa vuodelle 2011 rahoitusta eri tahoilta. Suunnitelmissa olisi itse tapahtuman lisäksi vuokrata työtilat nuorille suunnittelijoille, mikä helpottaisi myös heidän työllistymistään. (Le 2011.) Le toivoo, että Dressing Mimia vakiintuisi tulevaisuudessa tunnetuksi tekijäksi alalla. Kasvuhaaveista huolimatta, tapahtuma on tarkoitus pitää Turussa jatkossakin. Tarkoituksena on tuoda esille juuri turkulaista osaamista ja näyttää muulle Suomelle, että Turussakin on paljon taitavia suunnittelijoita ja lahjakkaita taiteilijoita, Le vakuuttaa.

Dressing Mimia sai malleja vuonna 2009 Fashion Teamin mallitoimistolta. Vuonna 2010 Dressing Mimian osallistui uusia malleja, joita projektipäällikkö oli valinnut kaveripiiristä sekä edellisen vuoden mallit osallistuivat vapaaehtoisesti mukaan. Vuodelle 2011 mallien valintaa tehostettiin ja järjestettiin Model casting-tilaisuuksia, joita pyörittivät projektipäällikkö ja näytöskoordinaattori. Model castingissa malleiksi pyrkiviä haastatellaan, kuvataan ja arvioidaan projektin vaatimusten puitteissa. Vuodelle 2011 haetaan, jokaiselle mallistolla omat mallit, joita Dressing Mimia ohjeistaa ja kouluttaa järjestetyllä mallikurssilla. Joukkoon otetaan 35 naismallia ja 18 miesmallia. (Le 2011.)

Vuoden 2009 virheet dokumentoitiin ja niille löydettiin uusia ratkaisuja ja tuotantomuotoja kuten valokuvauspäivä: ensimmäisenä vuotena valokuvaus sijoittui yhteen päivän ja oli näytöskoordinaattorin ja projektipäällikön organisoinnissa. Vuodella 2010 löydettiin kaikkien osapuolten kannalta helpottava ratkaisu, jolloin tehtiin pienryhmiä, jotka koostuivat suunnittelijoista, malleista, meikkaajista, kampaajista sekä valokuvaajista ja nämä pienryhmät saivat keskenään sopia aikataulut ja järjestelyt ja lopuksi toimittivat valmiit kuvat annetun päivämäärän mennessä projektipäälliköllä. Tämän käytännön sujuvuuden ansiosta sitä tullaan jatkamaan seuraavissakin tapahtumissa. Vuonna 2010 Dressing Mimian markkinointia lisättiin huomattavasti, muun muassa tiedotustilaisuuteen kutsuttiin median lisäksi koko Dressing Mimian työryhmä esittelemään omaa työkuvasa projektissa. Vuonna 2010 tapahtuman jälkeen pääteltiin, että ajankäyttöä

pitää suunnitella ja kehittää tulevia vuosia varten. Tästä Dressing Mimian tuotantotiimi päätteli, että tilaisuuden kestoaikea voisi lyhentää ja näytöksen aikana voisi pitää pieniä taukoja sisääntulojen väliin, jolloin ihmiset pääsevät jaloittelemaan ja juomaan jotain. Päänäytöksen jälkeen voisi tapahtuma kestää enintään puolitoista tuntia ja arvonta olisi heti näytöksen loputtua.

Vuonna 2010 pidettiin ensimmäistä kerta showroom-tilaisuus. Showroom on pienimuotoinen ennakkonäytös tulevasta päänäytöksestä. Siinä esitellään vaatesuunnittelijoiden valmiita tai viimeistelyä vailla olevia asuja. Showroomin kutsutaan tiedotusvälineitä, jotka pääsevät katsastamaan tulevaan tapahtuman teemaa ja sisältöä sekä haastattelemaan paikanpäällä vaatesuunnittelijoita ja tuotantoryhmää. Tuotantoryhmä päätti että showroom-käytäntöä tullaan jatkamaan joka vuosi. Showroomin aikana suunnittelijat näkevät mallistojaan ensimmäistä kerta asiakkaan silmiin ja näin olleen voivat korjata ja kehittää niitä enemmän. Kehitys näkyy myös mallistojen laadussa vuodesta 2009 vuoteen 2010. (Katso kuvat 1;3;4.)

Vuonna 2010 Dressing Mimia tapahtuma laajennettiin, ottamalla mukaan Ofelia Market eli myyntinäyttely-pisteitä. Esillä oli muun muassa suomalaisten suunnittelijoiden design-koruja ja kenkiä. Dressing Mimia myi vuonna 2010 kehitettyjä Dressing Mimian logo-koruja, jotka ovat osa Dressing Mimian tuotteistusta, konkreettinen tuote, jonka ostamalla tapahtumaa voi tukea ja sen näkyvyys säilyy myös silloin kun tapahtumaa ei ole. Dressing Mimia tuotteisti myös tarraperinukke-kortteja (Liite.3) vuodella 2010, joita jaettiin ennen tapahtuma ja tapahtuman aikana. Ilmaisen naposteltavan ja arpajaisten lisäksi jokainen lähtijä sai halutessaan mukaansa Gerbera-kukan, joilla oli lava ja koko esityspaikka oli koristeltu. Kukat tulivat sponsoreilta. Vuoden 2010 parhaan malliston valitseminen ja valokuvauskilpailu toteutetaan myös vuoden 2011 Dressing Mimia tapahtumassa. Vuonna 2011 otetaan mukaan jälleen kerran myyntinäyttelyjä ja myyntipisteitä. Vuodelle 2010 järjestettiin Dressing Mimian sponsoreille ja yhteiskumppaneille sekä Dressing Mimia-logolla koristettu promootioseinä, jonka edustalla yleisö seisoi punaisen maton päällä ja sai mahdollisuuden ammattilaiseen ottamiin kuviin edulliseen hintaan.

Vuonna 2009 Dressing Mimiaan oli ilmainen pääsy, mutta vuodesta 2010 eteenpäin Dressing Mimia tapahtumalle asetettiin hinta. Pääsylippuja vuonna 2010 sai seitsemällä eurolla ja ovesta tapahtumapäivänä 10 eurolla. Vuosien 2009, 2010 ja 2011 teemat ja sisältö vaihtelevat, mutta muotinäytös ja esitys elementti ovat pysyviä. Cocktailteema on myös pysyvä elementti, joka näkyy Dressing Mimian logossa.

Tapahtuman kehitys näkyy tapahtumapaikkojen laajentumiseen myötä; vuonna 2009 Hamburger Börsin yökerho, vuonna 2010 Turun Vpk-talo ja vuodelle 2011 on varattu Logomon näyttämö johon mahtuu noin. 1200 vierasta. Vuonna 2009 Juontajana toimii yksi Dressing Mimian vaatesuunnittelijoista ja vuonna 2010 tapahtuman saatiin Turun oma ammattilainen, Drag Queen Miss Divet. Dressing Mimia 2011 on myös alkanut vetää puoleensa vapaaehtoisia sponsoreita ja yhteistyökumppaneita, taiteilijoita, esiintyjiä, malleja, valokuvaajia, suunnittelijoita, mediaa, kuten blogisteja ja lehdistöä sekä muita kulttuuritahon järjestäjiä jotka ovat ilmoittaneet kiinnostuksensa olla osana projektia. Tästä päätellen Dressing Mimia on alkanut vakiinnuttaa paikkansa Turun kulttuurikentällä. Vuonna 2011 Dressing Mimia saikin rahoitusta kehittää toimintansa. Dressing Mimia muun muassa on alkanut rekrytoida malleja rekisterinsä ja auttamalla heitä uralla eteenpäin keräämällä kuvia mallikansioon ja kouluttamalla heitä.

Tavoitteena vuonna 2011 on nousta jälleen porrasta ylemmäs tapahtuman sisällössä ja järjestelyissä sekä laajentaa ja syventää yhteistyökuvioita projektissa entisestään. Kaikille jo nyt mukana oleville ryhmille etsitään vielä kattavampaa sidosryhmäverkostoa, jonka kanssa aletaan tapahtuman sisältöä sekä projektin tiimoilla toteutuvia tuotoksia suunnittelemaan. Esimerkiksi vaatesuunnittelijoille tarjotaan mahdollisuus yhteistyöhön meikkaajien, kampaajien ja valokuvaajien lisäksi myös modistien kanssa.

Dressing Mimian kaksi ensimmäistä vuotta toteutettiin nollabudjetilla, joka Len (2011) mukaan onnistui vahvan tahdon, sinnikkyuden ja hyvän tuurin nojalla. Le kertoo seuraavasti:

Ihmisiä saatiin vakuutetuksi projektin tarpeellisuudesta. Monet tahot haluavat auttaa, koska huomaavat, että ollaan oikeasti valmiita te-

kemään töitä ja puurtamaan. Dressing Mimian tuotantoryhmä todisti vuonna 2009 pystyvänsä niinpä vuonna 2010 yhteiskumppaneita ja sponsoreita lähti enemmän mukaan. Yhdistystoiminta tarjoaa mahdollisuuden rahoitukselle sekä antaa uskottavuutta ja vakauden tunnetta, että olemme viitittyy rekisteröidä ihan virallisiin papereihin. (Le 2011)

3 DRESSING MIMIA TUOTTEENA

Seuraavissa alaluvuissa avaan tuotteistamisen tarkoitusta ja hyötyä, perehdyn sen olennaisiin käsitteisiin, kuten dokumentointi, asiakkaat ja kilpailu ja peilaan niitä Dressing Mimian tapaukseen.

Tuotteistamisella tarkoitetaan palvelunkehitysprosessia, jonka tuloksena palvelusta muodostuu tehokkaasti myytävä palvelutuote. Se on siis sitä työtä, jonka tuloksena asiantuntemus ja osaaminen jalostuvat myynti-, markkinointi-, ja toimituskelpoisiksi tuotteiksi. Tuotteistamisen perusideana on vakioda palvelu, määritellä sen markkinointi, toimitus-, tuotanto- ja hallintaprosessit sekä toiminnan rutiineja. (Parantainen 2007, 13–15.)

Tuote voi olla asiakkaalle tarjottava tavara tai palvelu taikka näiden kahden yhdistelmä (Lehtinen & Niinimäki 2005, 9). Näin olleen tuote voi olla kulttuuritahtumia tai palveluita. Tuotteella voidaan tarkoittaa enemmän kuin yhtä tuotetta, ja tästä voidaan kehittää ydintuote jonka ympärillä muodostuu muitakin palvelutuotteita, jotka on suunnattu eri kohderyhmille. (Parantainen 2007, 105–106.)

Tuotteistaja ei ainoastaan pohdi ydintuotetta vain hänen on jatkuvasti etsittävää uusia tapoja ja ajatuksia, jotta tuote erottuisi kokonaisuutena muista kilpailevista palveluista edukseen. Hyvä tuotteistaja ottaa huomioon kaikki keinot ja yksityiskohdat helpottaakseen asiakkaan elämää. (mt., 38, 106.) Menestyvä tuote pohjautuu selkeään tuoteideaan eli käsityksen siitä, mitä tarjotaan ja mitkä ovat sen kohderyhmä. Tutkimusten mukaan hyviin suunnitellut palvelutuotteet, joilla on selkeä markkinointisuunnitelma ovat todennäköisempiä menestykseen kuin ne, joita ei ole suunniteltu riittävästi. (Lehtinen & Niinimäki 2005,33) Tuotteistamisessa ei tarvitse olla aina jotain uutta tuotetta vaan jonkun vanhan tuotteen uudelleen kehittämistä ja suunnittelua ajankohtaisesti toimivaksi tuotteeksi on aina yhtä luovaa (mt.,32).

Dressing Mimian ydintuote on selvästi muotinäytös, jonka rinnalla kulkee esitystaide. Vuosittain lisääntyvien yhteiskumppaneiden ja sponsoreiden näyttely- ja

myyntipisteet toimivat Dressing Mimian oheistuotteina ja tästä kokonaisuudesta muodostuu suunnittelua, muotoilua ja taidetta edistävä tapahtuma. Vuosittain mukana tulevat luovan tahon yhteiskumppanit uudistavat tuotetta ja kasvattavat sen yhteisverkostoa. Yhteiskumppaneiden tarjoamat palvelut ja tuotteet edesauttavat Dressing Mimian kehittymistä ja uudistumista sekä pitävät sitä ajankohtaisena tuotteena markkinoilla. Vuonna 2009 Dressing Mimia oli pieni-muotoinen cocktail muotinäytös, jota kehitettiin vuonna 2010 muun muassa yhdistämällä siihen Ofelia Marketin myyntinäyttely sekä rakennettiin Dressing Mimian omille vaatesuunnittelijoille myyntipisteet. Dressing Mimian markkinointia kehitettiin ottamalla mukaan markkinointiassistentti, joka hoiti blogien päivittämistä ja lehdistön ajan tasalla pitämistä.

Vuonna 2010 Dressing Mimia työryhmä rekisteröi itsensä yhdistykseksi ja näin olleen vakiinnutti paikansa kulttuurikentällä. Vuonna 2011 Dressing Mimia pyrkii omaleimaisuuteen järjestämällä koulutusta tulevien muotinäytösten malleille. Dressing Mimia -yhdistys pyrkii kehittämään vuosittain tapahtumansa hankkimalla uusia yhteiskumppaneita ja valitsemalla teemoja, jotka ovat ajankohtaisia. Näin olleen ”vanhana tuotteena” toimiva muotinäytöksen ja esitystaiteen konsepti pysyy aina vuosittaisissa tapahtumissa, mutta konseptin teema ja työryhmän kokoonpano sekä uusien ja lisääntyvien yhteiskumppaneiden hankinta pitävät Dressing Mimia uutena ja kiinnostavana tuotteena kulttuuripalvelujen kentällä.

Tuotteistaminen jaetaan kahteen osaan sisäiseen ja ulkoiseen. Sisäisen tuotteistamisen kehittämisen toiminta on asiakkaalle näkymätön. Sisäisellä tuotteistusajattelulla voidaan kehittää toimintaa ammattimaisempaan suuntaan. Sisäisessä tuotteistamisessa varmistetaan, että jo kerran tehtyjä toimintoja ei jouduttaisi suunnittelemaan uudelleen. Sisäisen toiminnan systematisointi on tärkeä ulkoiselle tuotteistamiselle. Ulkoinen tuotteistaminen toimii osaltaan näkyvänä, asiakkaille suunnattuna viestintänä, joka luo nopean kuvan yrityksestä, sen tarjonnasta ja hyödyistä asiakkaille. Konkreettiset materiaalit välittävät viestiin asiakkaille tehokkaimmin. Esimerkiksi kulttuuritapahtuma voisi laittaa sen edellisestä, onnistuneesta tapahtumastaan kuvaa materiaalia asiakkaiden saavuttamiseksi. (mt., 43.)

Dressing Mimian sisäinen tuotteistaminen näkyy muun muassa toimintaker-
tomusten, palaverikoosteiden, budjettisuunnitelmien sekä projektin aikana syn-
tyneiden kuvien dokumentoinnissa ja säilyttämisessä vuosilta 2009 ja 2010, siis
jo ajalta ennen yhdistyksen rekisteröintiä. Tämä toiminta nähtiin tarpeellisena
projektin kehittämisen, uudistamisen sekä vanhojen virheiden kartoittamisen
kannalta. Vuonna 2011 Dressing Mimian rekisteröityä itseensä yhdistykseksi
kaikki projektissa tapahtuva toiminta on dokumentoitava yhdistyslain mukaises-
ti.

Dressing Mimian ulkoinen tuotteistaminen näkyy muun muassa Dressing
Mimian alastomassa naishahmologossa (Liite. 1 & 2), kotisivuilla, tapahtuman
Facebook-sivulla, blogeissa sekä kaikessa muussa graafisessa materiaalissa.
Blogi ja Facebook-sivustot ovat Dressing Mimian tärkeimpiä markkinointi-
kanavia. Niitä päivitetään jatkuvasti ja ne sisältävät kaiken mahdollisen projek-
tissa tuotetun kuvallisen materiaalin, kuten mallistojen valokuvat sekä näytök-
sen kuvat sekä niissä kerrotaan jatkuvasti projektin sujuvuudesta ja onnistumi-
sesta. Vuoden 2010 tapahtumassa Dressing Mimia tuotteisti ja myi Dressing
Mimian naishahmologo -koruja. Dressing Mimia loi asiakkailleen näin olleen
jotain konkreettista ja pysyvä tuotetta, joka edusti tapahtuma itsessään.

3.1 Kuinka tuote syntyy?

Seuraavissa kappaleissa avaan tuotteistamisen tarkoitusta ja hyötyä, perehdyn
sen olennaisiin käsitteisiin, kuten dokumentointi, asiakkaat ja kilpailu ja peilaan
niitä Dressing Mimian tapaukseen.

Tuotteistaminen aloitetaan tuotesuunnittelulla. Tuotteistaminen ja tuotesuunnit-
telu useimmiten kulkevat käsi kädessä. Tuote on se mitä yritys myy ja asiakas
haluaa ostaa. Menestyvä tuote pohjautuu selkeään tuoteidean eli käsityksen
siitä, mitä tarjotaan ja ketkä ovat tuotteen kohderyhmiä. Dressing Mimia on
nuorten suunnittelijoiden ja taiteilijoiden yhteistyöprojekti ja verkostoitumiskana-
va, joka järjestää muotinäytöstapahtuman kerran vuodessa. Dressing Mimia
palvelee kaikkia taiteesta, muotoilusta ja muodista kiinnostuneita asiakkaita.
Hyvin suunnitellut palvelutuotteet, joilla on myös selkeä markkinointisuunnitel-

ma, ovat todennäköisempiä menestyjiä kuin ne, joita ei ole suunniteltu riittävästi. Uusien tuoteideoiden syntymiseen tarvitaan luovuutta ja sen myötä syntyy uusi tuote tai palvelu. Palveluja kehitettäessä uutena tuoteideana voidaan pitää vanhan olemassa olevan idean uudelleensuunnittelua. (Lehtinen & Niinimäki 2005,32–33.)

Asiakkaat ja kohderyhmät

Asiakkaat ovat yritysten pomoja ja yrityksen tärkein pääoma, jota ei merkitä kirjanpitoon. (Kotler 2005,15) Ennen tapahtuman suunnittelua pitää ajatella ketkä ovat tapahtuman kohderyhmä, jota yritetään tavoittaa. Kohteena voivat olla organisaation nykyiset kuin myös potentiaaliset asiakkaat, työryhmä, yhteistyökumppanit, tapahtuman järjestäjät, sidosryhmät ja tiedostusvälineiden edustajatkin. Hyvän tapahtumanjärjestäjän on asetettava asiakkaan asemaan ja otettava huomioon tämän tarpeita. (Vallo & Häyrinen 2008, 113–114.) Asiakaspalautteen kerääminen koko tuotteistamisprosessin aikana tietyin aikavälein kehittää tuotetta ja saavuttaa asiakkaan odotuksia. Asiakaspalautteet ovat erittäin tärkeitä, koska niistä käy ilmi missä kohdassa prosessia palvelun tuottaja on onnistunut ja missä on aiheuttanut tyytymättömyyttä. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 37, 40.)

Palveluntarjoajan ja asiakkaan yhteistyö on tärkeä, koska ilman asiakkaita ei synny markkinoita tuotteelle (mt., 11). Asiakas ostaa vain tuotetta jota hän tarvitsee ja haluaa. Tarjontaa luo kysyntää eli asiakkaalle pitää tarjota jotakin, jotta hän kiinnostuisi ottamaan selvää palvelusta. (Parantainen 2007, 29.) Seuraavassa Vallo ja Häyrinen kertovatkin oikeanlaiseen kohderyhmän valitsemisen tärkeydestä, juuri siksi että jokaista kohderyhmä puhuttelee erityyppinen tapahtuma:

Kohderyhmän koostumus pitää tuntea riittävän hyvin, jotta osataan tehdä oikeankokoinen ja näköinen tapahtuma, joka puhuttelee kohderyhmää. On mietittävä onko kyseessä esimerkiksi keski-ikäiset leikit, charmikkaat harmaantuneet herrasmiehet, räväkkä nuorisojoukko vai onko kohderyhmä kenties yhdistelmä näistä edellä mainituista. (Vallo & Häyrinen 2008,111.)

Kohderyhmän kartoittaminen on tärkeä osa hyvän tapahtuman organisoimisessa, jossa käsitellään keitä ovat nykyiset ja tulevaisuudessa olevat potentiaaliset

asiakkaat. Tapahtumanjärjestäjän on muistettava, että kohderyhmä ja sen määrä sekä tapahtuman tavoite usein määrittävät tapahtuman itsessään. (Vallo & Häyrynen 2008,113–114.)

Dressing Mimian päätarkoituksena on esitellä vaatesuunnittelijoiden mallistot, mutta sen ohella näytöksessä nousevat esillä eri taide- ja muotoilualan esitykset, kuten sirkustaide ja tanssitaide. Vuonna 2009 Dressing Mimia tavoitteli kaikkia mahdollisia asiakkaita näytöksensä, haluttiin ylipäänsä saada Dressing Mimian nimi tutuksi, ei rajattu tiettyä yleisöä. Tapahtumakutsuja lähetettiin vuonna 2009 kaikille mahdollisille yrityksille Turun keskustassa ja vähän kauempaa, myös kaikkia tuttuja ja perheenjäseniä kutsuttiin tukijoukoiksi. Dressing Mimia tapahtumissa alkoholitarjonta ja avoin anniskelualue asettavat lainmukaisen 18-vuoden ikärajan. Vuonna 2010 Dressing Mimia palveli kaikkia käsitöistä kiinnostuneita asiakkaita yhdistämällä Ofelia Marketin myyntipisteitä tapahtumantuotantonsa. Le(2011) kuitenkin toteaa, että vuoden 2010 Rocklesquen teema linjasi tiettyä kohderyhmää, kuitenkin Dressing Mimia-yhdistys ei sinällään tietoisesti rajaa mitään kohderyhmää pois. Tapahtuman kasvaessa huomattiin että ihmiset ovat kuulleet tapahtumasta, tuntevat tapahtuman konseptia ja löytävät itse tapahtumaan.

Kohderyhminä ovat edelleen kaikki taiteesta ja muodista kiinnostuneet asiakkaat. Yleisöä tavoitellaan Turun ulkopuoleltakin ja markkinointi on valtakunnallista. Kohderyhminä ovat myös kaikki projektissa mukana olleet yhteistyökumppanit ja sponsoritahot sekä suunnittelijat, taiteilijat, artistit, valokuvaajat, järjestäjät, mallit ym. Kohderyhminä ovat erilaiset kulttuurialan tahot, taiteilijat, muotoilijat ja luovasta alasta kiinnostuneet.

Dressing Mimia toiminta on asiakasläheistä ja asiakkaan ääni kuuluu ja näkyy tapahtuman suunnittelussa ja tuotannossa muun muassa asiakaspalautteen kerääminen on tehostettu vuodesta 2009. Asiakaspalautteita saatiin muun muassa henkilökohtaisesti sekä niitä lähetettiin Dressing Mimian facebook-sivulle. Vuoden 2009 asiakkaat toivoivat pidemmät sisääntulot näytöksiin ja istumapaikkoja. Vuonna 2010 tapahtumassa Dressing Mimia oli ottanut asiakkaiden palautteet huomioon ja toteuttanut resurssien mukaan istumapaikkoja ja pitempiä sisääntulonäytöksiä. Dressing Mimian kotisivuilla otetaan vastaan myös asi-

akkaiden palautteet ”ruusuja ja risuja” laatikkoon sekä asiakkaiden tarjoamia ideoita ja yhteistyötä arvostetaan. Dressing Mimia näkee asiakkaiden palautteet kehittävänä suunnannäyttäjänä tuotantoprosessissaan.

Kilpailu

Tuotepalvelun on erotuttava kilpailijoistaan, muuten se ei menesty. Kun asiakkaalla on tarjottavissa paljon samankaltaisia palveluja, hänellä on vaikeuksia valita niistä; näinpä palvelun on hyvä poiketa muiden kilpailijoiden tuotteesta. Harva keksi tuotteen, jota joku ei ole aikaisemmin luonut. On hyvä tutustua kilpailijoihin ja heidän tuotteisiinsa, jotta saa kilpailuetua ja pystyy erottumaan muista markkinoilla tarjottavista tuotteista. (Parantainen 2007, 167.) Kilpailukyvyn säilyttäminen markkinoilla edellyttää tuotteen jatkuvaa kehittämistä (Lehtinen & Niinimäki 2007, 26).

Dressing Mimia projektin kokoonpano on erikoinen, juuri sen vapaaehtoistyöhön pohjautuen. On erilaisia tapahtumia missä on myyntiä, muotia ja muuta esittävää taidetta. Dressing Mimia ei kuitenkaan näe kilpailevansa heidän kanssaan päinvastoin Dressing Mimia halua olla avoin kaikille ehdotuksille. Le(2011) kertoo, että projekti nimenomaan haluaa tarjota kaikille ideoille mahdollisuuden. Dressing Mimia haluaa kehittää verkostoaan tekemällä yhteistyötä kaikkien mahdollisten luovan alan suunnittelijoiden ja järjestäjien kanssa.

Yhtenä mahdollisena kilpailijana voidaan nähdä ammattikorkeakoulujen muotinäytöksiä, jossa esitellään nuorten suunnittelijoiden mallistoja. Kuitenkin koulunäytöksiltä puuttuu show-elementti, mitä löytyy vahvasti taas Dressing Mimian projektissa ja toiminta-ideassa. Dressing Mimian projektipäällikkö ei koe koulunäytöksiä kilpailijoina, sillä Dressing Mimia on askeleen pitemmällä. Dressing Mimialle on koulunäytöksiin verrattuna laajempi verkosto ja uskaliaampi ote. Dressing Mimian vaatesuunnittelijat ovat myös tällä hetkellä yrittäjäpohjaisia ja siinä mielessä ammattimaisempia. (Le 2011.)

Dokumentointi

Dokumentoinnin merkitys on suuri tuotteistamisessa. Dokumentoinnissa kaikki oleellinen on tallennettava kirjallisena taikka sähköisenä. Hyvin tuotteistetun

palvelun on sisällettävä seuraavat dokumentoinnit; palvelunsuunnitteluvaihe, myynnin menetelmät, markkinointimateriaali, hinnoittelu, sopimukset, graafinen ilme ja kaikki muu materiaali jonka avulla on tuote kehitetty. (Parantainen 2007, 12.) Dokumentit eivät ole pelkästään palvelutuotteen markkinointimateriaaleja ja sopimuksia, ne ovat myös palvelutuotannon hyvin yksityiskohtainen ohjeistus. Tallennetut dokumentit varmistavat tiedon siirtymisen toimijalta toiselle monien vuosienkin jälkeen ja mahdollistavat uuden henkilöstön nopean perehdyttämisen. (Jaakkola & Orava & Varjonen 2007,15.)

Dressing Mimia on ensimmäisestä suunnitteluvuodestaan 2009 dokumentoinut ja säilyttänyt kaikkia mahdollisia asiakirjojaan kehityksen ja vertailun kannalta tulevien tapahtumavuosien kanssa. Kokouksissa ja palaverissa laaditut muistinpäätökset, toimintakertomukset ja projektisuunnitelmat on laadittu yhteiskumppaneiden ja työryhmän työkuvaan helpottamiseksi ja projektin tavoitteiden ja idean selventämiseksi. Kuitenkin asiakirjat ovat olleet enemmän vapamuotoisia ja lyhyitä kertomuksia tapahtuman kokonaiskuvasta. Projektipäällikön pitämässä Dressing Mimia-blogissa kuitenkin on kuvailtu melko tarkasti vuosittaisten tapahtumien suunnittelua, toteuttamista ja onnistumista. Blogissa on myös mainittu kaikki yhteistyökumppanit, sponsorit ja koko Dressing Mimian työryhmä ja kokoonpano. Kuitenkin yhdistyslain mukaan Dressing Mimia ry:n on pakko alkaa vuodesta 2011 säilyttää kaikkia muistinpäätöksiä ja laatia toimintasuunnitelmia, toimintakertomuksia, budjettisuunnitelmia, tiliotteita ynnä muuta. Dressing Mimian ry:n kaikki vuosikokouksien muistinpäätöksiä ja kertomuksia on myös tallennettava.

Vaatimusmäärittely

Tuotekuvausrakenteen dokumentoinnin jälkeen tuotteelle laaditaan vaatimusmäärittely. Vaatimusmäärittely pohjautuu vaatimukseen, joita lopullinen palvelutuote tulisi täyttää. Tällaisia vaatimuksia ovat esimerkiksi palvelun hinnan tai keston määrittäminen. (Parantainen 2007, 12.) Vaatimusmäärittelyn pääasiallinen tarkoitus on löytää, priorisoida ja dokumentoida asiakkaan tarpeet. (mt., 197). Vaatimusmäärittely helpottuu, kun tuotteesta laaditaan käsikirjoitus, jossa palvelun kulkua selitetään vaihe vaiheelta pienin tarinoin niin kuin näytelmien tai tv-sarjojen käsikirjoituksissa. Lehtisen ja Niinimäen kirjassa (2005, 40–41) dokumentointia vastaava termi on blueprinting eli palveluprosessin kuvaus. Pro-

sessin kuvaamisen avulla voidaan tarkasti määritellä, ketkä osallistuvat palvelun tuottamiseen, missä vaiheessa ja kuinka pitkään aikaa. Blueprintin etuna on se, että se antaa ajantasaista tietoa palveluprosessin eri osien tärkeydestä ja kehittämismahdollisuuksista. Palvelujärjestelmä jaetaan palvelutarjoamisen prosessin, asiakaskontakteihin ja varsinaisiin toimintoihin. Näin olleen Blueprint hajottaa palveluosiin ja vaiheittain kuvaa koko prosessia sekä keinot, joiden avulla jokainen suorittaa tehtävät. (mt., 40–41.)

Dressing Mimia-projekti ei ole vielä saavuttanut vaatimusmäärittelyn vaatimuksia, mutta on lähellä sitä. Dressing Mimia tuotteena on vielä melko uusi ja tuotantoryhmä yrittää mahdollisimman paljon ja nopeasti kehittää osaamisensa, projektin hyödyksi. Esimerkiksi Dressing Mimian 2011 toimintasuunnitelmassa on tuotantoryhmän työtehtävät jaoteltu melko tarkasti; mitä täytyy tehdä, hankia taikka suorittaa tietyn ajan mennessä. Jokaisen kuukauden alle on laadittu toteuttavia työtehtäviä, jotta projekti etenee sujuvasti ja pysyy aikataulussa. Dressing Mimian palveluprosessin tarkalla dokumentoinnilla projekti antaa ajantasaista tietoa palveluprosessinsa eri osien tärkeydestä ja kehittämismahdollisuuksista kuten (Lehtinen ym. 2005, 41) toteavat blueprinting määritelmässään.

Tällainen tarkka prosessikuvailu tai käsikirjoitusmainen tapahtumakuvaus ovat tärkeitä ja hyödyllisiä Dressing Mimialle. Dressing Mimian tulevaisuuden kannalta näitä dokumentteja voidaan hyödyntää sillä niistä voidaan oppia, korjata asioita ja vertailla vuosien mittaan tapahtuneita muutoksia muun muassa tuotteistamisessa ja organisaatiossa. Blueprinting on hyödyllinen Dressing Mimian tulevaisuuden kannalta, esim. Dressing Mimiaa tuotteena voidaan jatkaa vaikka perustajajäsenet jättäytyisivät siitä pois. Blueprintingin avulla Dressing Mimian pääarvot ja periaatteet sekä konsepti pysyvät samana, mutta toimintaa pystyvät pyörittämään uusi tuotantoryhmä uudistuvine ideoineen ja suunniteltuneen.

Hinta

Tuoteidean valmistuttua aloitetaan palveluhinnan määrittäminen. Hinta liittyy aina lujasti palvelutuotteeseen. Hinnan määrittäminen on haastava, sillä siihen sisältyy mielikuvia palvelusta ja organisaatiosta. Tuotteen hinta eli asiakkaalle koituvat menot ovat merkinä palvelun laadusta, jos palvelua muutoin on vaikea arvioida. Yleisesti hinta-laatusuhde lienee keskeinen päätöskriteeri ostopäätös-

vaiheessa. (mt.,54–55) Hinta ei saa olla liian korkea mutta ei myöskään liian alhainen koska tällöin palvelutuote voi menettää arvonsa. (Raatikainen 2008,17.)

Dressing Mimia-tapahtuman hinnoittelu alkoi vasta toisena vuotena 2010 ja sen hinta ei ole vielä saavuttanut pysähtymisrajaansa. Dressing Mimia on nimenä erikoinen ja sillä on mahdollisuuksia kehittyä ja saavuttaa menestystä kansainvälisestikin. Dressing Mimian-nimi säilyy aina mutta nimen loppuosa vaihtelee aina tapahtumalle valittavan teeman mukaisesti. Dressing Mimian nimi viittaa muotiin ja esittävän taiteen osa-alueeseen. Kappaleessa (2.1) kerron nimestä ja merkityksestä. Dressing Mimia on nimenä jo vakiintunut logoksi ja brändiksi. Asiakkaat eivät voi kilpailuttaa Dressing Mimian hinta muiden palvelun kanssa, koska Dressing Mimian hinta ei ole vielä löytänyt lopullista hintatavoitteensa. Dressing Mimian ensimmäisenä tapahtumavuotena oli vapaapääsy, koska haluttiin luoda kontaktiverkostoa ja saada Dressing Mimia nimeä markkinoille. Vuonna 2010 Dressing Mimia asetettiin pääsylippuja, kuitenkin hinnan määrä ei uskallettu vielä kohentaa liika ja pelottaa asiakkaita pois.

Voiton maksimointi on hinnoittelun yksi taustatekijöistä, jota useimmiten ajatellaan olevan tärkeää toiminnan jatkuvuuden ja tuotekehityksen kannalta. Lowenahlin (1997) tutkimuksissa havaittiin, että useilla asiantuntijoilla oli yllättäviä asenteita kohti voiton maksimointia. Moni taho koki että organisaation tuottama mielihyvä ja asiakkaan auttaminen ovat tärkeimpiä kun rahallisen voittoon saavuttaminen. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 58.)

Dressing Mimian tavoite ei ole voiton maksimointi. Dressing Mimia on voittoa tavoittelematon yhdistys, joka harjoittaa yleishyödyllistä toimintaa, jossa kaikki projektissa toimivat tahot hyötyvät projektista. Dressing Mimian periaatteinen toiminta on vapaaehtoisuus. Kaikki voitto mitä Dressing Mimia saa, pyritään jakamaan reilusti ja tasa- arvoisesti toimijoiden keskeen. Sen takia Dressing Mimialle ei perustettu yritystä vaan yhdistystä. Yritys vaatisi enemmän paneutumista ja Dressing Mimia ei pyöri sillä tavalla rahan kanssa. Vaikka yhdistys ei tavoittele voiton maksimointia, se kuitenkin toivoo, että joku päivää sillä olisi riittävästi rahoitusta maksaa palkka kaikille toimijoille ja yhteiskumppaneille. Yhdistystoiminnan myötä Dressing Mimialla on mahdollisuus apurahojen saamisen vuodelle 2011. Vuonna 2011 tapahtuma sai apurahaa ja näin olleen se

voi maksaa joillekin toimijoille ennen tapahtuman loputtua. Vuonna 2010 toimijoiden piti odottaa palkkansa vasta pääsylippujen saatujen rahan keräämisen jälkeen. Vuoden 2010 pääsylipputulossa ei jääty miinukselle mutta Dressing Mimia pääsi omilleen.

Moni toimijoista tavoittelee voittoja juuri sen verran, että toiminnan jatkuminen on taloudellisesti mahdollista. Näiden toimijoiden on kumminkin hinnoittelupoliittikkaa harkitessa muistettava, ettei voiton tavoittelu ole epäeettistä. Ellei yritys harjoita hyväntekeväisyyttä sen on otettava huomioon, että sillä on velvoitteita sen omistajia ja työntekijöitä kohtaan. Tuottava yritys tai organisaatio on pitkällä aikavälillä myös yhteiskunnan näkökulmasta kannattavin vaihtoehto. (mt.,58.)

3.2 Onko Dressing Mimia tuote?

Hyvän tuotteistamisen **ensimmäisiä tuntomerkkejä** on havaittavissa kun toimintamallit vakiintuvat, esimerkiksi projekteista alkaa erottua tehtäväkokonaisuuksia tai hyviä käytäntöjä, jotka toistuvat hankkeesta toiseen. (Parantainen 2007, 13–15.) Vuonna 2010 Dressing Mimiassa toteutettu valokuvauksen toteuttaminen pienryhmissä ja showroom ovat tällaisia hyviä ja onnistuneita käytäntöjä, joiden nähtiin toimivaan ja joita tullaan toistamaan jatko vuosinakin. Myyntinäyttelyt havaittiin Dressing Mimian kannalta myös toimiviksi ja niitä pyritään toistamaan jatkossakin. Näitä toimintoja ehkä muokataan ja muunnetaan sen myötä mitä nähdään toimivaksi, mutta perusidea pysyy samana.

Toisessa vaiheessa palvelu alkaa hahmottua. Se saa nimen ja hinnan. **Kolmannessa vaiheessa** tuotesisältö ja hinta vakiintuvat. Palveluntuottaja voi kieltäytyä tässä vaiheessa jos asiakas pyytää rikkomaan tuoteidea. (mt.) Dressing Mimian nimi on hahmottunut mutta tuotteena se ei ole vielä löytänyt hintansa, jota se ei enää lähtisi kasvattamaan. Dressing Mimian kohdalla muotinäytös ja esitystaide ovat pysyviä pääelementtejä joiden ympärillä kaikki muu tuotesisältö on jatkuvasti muuttuva ja uudistuva.

Neljännessä vaiheessa tuote on vakiintunut sellaiseksi, että tuotteen kehittäjää voi opettaa nuorempia kollegoitaan jatkamaan ja tuotteistamaan palvelua itsenäisesti. (mt.) Dressing Mimia ei ole vielä saavuttanut tätä vaihetta. Se on vielä

uusi konsepti, joka on koko ajan kehittyvässä prosessissa. Toisaalta, projektin periaatteet, tavoitteet ja perusidea on määritelty yhdistyksen säännöissä, mutta niiden tarkempi määrittely on vielä kesken. Tältä kannalta uusi tuotantoryhmä voisi jatkaa Dressing Mimian toimintaa edelle mainittujen yhdistyksen säännösten ja toimintaidean nojautuen sekä yhdistyksessä toimivien luultavasti perustajajäsenten alaisina.

Viidennessä vaiheessa asiantuntija tai tuotteen kehittäjä voi ajautua uudestaan neljänteen vaiheeseen, jopa vahingossa. Tässä vaiheessa kaikki tieto on dokumentoitava niin selkeästi että tuote voidaan käyttää uudestaan ja toistaa, vaikka ”alkuperäistä” asiantuntijaa ei olisikaan enää mukana. Palvelutuote voidaan myös markkinoida eri asiakasryhmille eri tavoin. (mt.) Dressing Mimia ei ole vielä saavuttanut tätä vaihetta, kuitenkin haastattelussa sain selvillä että Le (2011) haluaisi tulevaisuudessa siirtyä kokonaan yhdistyksen päätöksentekopuolelle ja delegoida projektipäällikön työn jollekulle toiselle. Hän kuitenkin valvoisi ja tukisi muita toimijoita yhdistyksen suunnalta. Dressing Mimia-yhdistyksen muodostumisen myötä tapahtunut tarkka dokumentointi ja projektin konseptin määrittelemisen sekä sääntöjen asentaminen määrittelevät itsessään jo olemassa oleva tuotetta jota voi uudistaa ja kehittää mutta jonka ydintä ei voi muuttaa.

Viimeisessä eli **kuudennessa vaiheessa** tuote on edennyt jo niin pitkälle, ettei sitä tarvitse edes toimittaa omiin voimiin. Tuote on valmis paketti jaettavaksi kumppaniverkon ja jälleenmyyjien avulla. (mt.) Dressing Mimialle ei ole tarvetta tähän, ei ainakaan lähitulevaisuudessa. Dressing Mimia halua laajentua vielä ja saavuttaa tunnettua. Dressing Mimia ei ole vielä saavuttanut pysähtymisrajaansa, jotta voisi jo luovuttaa tuotteensa muiden toimitettavaksi. Dressing Mimian resurssit eivät myöskään tue tätä tuotteen toimittamista vielä muiden voimiin järjestettäväksi. Tämän tuotteistamisen jaottelun avulla nähdään, ettei Dressing Mimia ole vielä valmis tuote, mutta on kovaa vauhtia pyrkimässä siihen suuntaan.

4 DRESSING MIMIA ORGANISAATIONA

Jäsenten keskinäisen yhteistyön onnistuminen vaati ohjausta eli organisaation. Seuraavissa luvuissa käsittelen organisaation teoriaa, jota sovellan Dressing Mimia -organisaatioon. Katsastan Dressing Mimian organisaation kehitystä ja avaan sen organisaatiotoimintaa erilaisten kaavioiden avulla. Tuon työryhmä- ja tiimikäsitteitä esiin sekä oman roolini tuottajana Dressing Mimia -tapahtumissa vuosina 2009, 2010 ja 2011.

4.1 Organisaation teoriaa

Organisaatio muodostuu ihmisistä ja ihmisten muodostamista ryhmistä. Organisaatio perustetaan tiettyjen päämäärien ja tavoitteiden saavuttamiseksi. Organisaation ominaisuuksia määrittelevät ympäristön ominaispiirteet, jolloin organisaation ja ympäristön välisen vuorovaikutuksen ominaisuudet näkyvät organisaation rakenteessa. Organisaatio toimii pyrkimällä tasapainoon työnjaon erilaistuneisuuden ja toiminnan yhtenäisyyden välillä. Organisaation rakenne on toimintasuunnitelma tehokkaan työjaon ja toimivan yhteistyön tavoittelemiseksi. Jos ympäristö on hitaasti muuttuva, organisaatio on mahdollisesti rakenteeltaan jäykkä ja hierarkkinen. Mikäli taas ympäristö on nopeasti uudistuva, on organisaatorakenteenkin oltava joustava. (Juuti 2006, 205.) Organisaation koko vaihtelee projektin vaiheen mukaan. Organisaation on kevyempi projektin alussa ja laajenee projektin kehittyessä (Ruuska 1999, 81).

Mitä suuremmaksi organisaatio kasvaa, sitä useampia tasoja syntyy. Näiden tasojen määrään vaikuttavat organisaatiossa omaksutut näkemykset siitä, millainen valvontajänne on sopiva. Valvontajänteellä tarkoitetaan yhden esimiehen alaisuudessa toimivien henkilöiden lukumäärää. (Juuti 2006, 208–209.) Organisaation syntyessä sen perustajalla on näkemys toiminnasta. Perustajan uskomus toiminnasta perustuu tiettyyn kuvaan organisaation ja ympäristön välisistä syy-seuraussuhteista. Perustajalla on mahdollisuus ajaa oma näkemyksensä lävitse organisaatiossa. (mt., 244.) Dressing Mimiassa tämä näky sillä tavalla, että Dressing Mimian koko työryhmä koostu luovista ja taiteellisista henkilöistä

jotka haluavat kehittää projektia ja tuoda itseensä näkyväksi kulttuurikentällä. Näytöksen koosta riippuen muotinäytöksen tarvitaan tietty määrä ihmisiä eri työtehtäviin. Dressing Mimia -työryhmä koostui noin 50 henkilöstä vuonna 2009 ja vuoden 2010 mennessä työryhmän koko oli kaksinkertaistunut ja yhteiskumppaneiden sekä sponsoreiden määrä kolminkertaistunut. Vuodelle 2011 työryhmä on kasvanut vielä enemmän uusien tahojen kiinnostuksesta liittyä tuotantotiimin. Vuoden 2011 projektin lopullinen kokoonpano ei ole kuitenkaan vielä täysin muotoutunut. Dressing Mimian tuotanto on vahvasti henkilöitynyt projektin perustajatahoon Lan Lehen, Dressing Mimia on hänen ideansa ja hän on sen laajentanut organisaatioksi.

Työryhmän tunnusmerkkejä ovat sen koko, tarkoitus, rajat, säännöt, vuorovaikutus, työnjako, roolit ja johtajuus. Ihmisjoukko muodostaa työryhmän, kun sen jäsenillä on yhteinen tavoite ja käsitys ketkä ryhmään kuuluvat. Työryhmällä on yhteinen rajattu tavoite. Ryhmädynamiikalla tarkoitetaan ryhmän sisäisiä voimia. Ryhmädynamiikka syntyy jäsenten välisestä vuorovaikutuksesta ja kommunikatiosta. (Kopakkala 2005,36–37.) Dressing Mimiassa työryhmä muodostui kaveripiiristä, jolla oli samat tavoitteet; luoda jotain uutta ja virkistävä sekä edistää nuoria vaatesuunnittelijoita ja taitelijoita kehittymään työalalla. Dressing Mimian työryhmän jäsenet ovat toisilleen läheisiä ja työ tehdään tiivistä kaikkien osapuolten kanssa.

Tiimi on saman tai useamman organisaation työntekijöistä koostuva pieni ryhmä, joka työskentelee yhdessä, yhteisten periaatteiden ja yhteisen mission saavuttamiseksi. Tiimi toimii itseohjautuvasti mission saavuttamisessa tarvittavien strategioiden valinnassa, suunnittelussa ja toteutuksessa. (Heikkilä, 2010.) Tiimin johtaminen on kysyvää, keskustelevaa ja valmentavaa. Tiiminvetäjä pyrkii auttamaan tiimiään mahdollisimman hyviin päätöksiin keskustelemalla, kyselemällä heidän näkemyksiään ja kuuntelemalla tiimin jäseniä. Tiiminvetäjä tukee ja kannustaa tiimiään kantamaan vastuuta niin alamäessä kuin vastamäessäkin. Tiiminvetäjän tehtävä kuuluu ajaa ryhmänsä väijäämättömien kehitysvaiheiden läpi luottavaisiksi, sitoutuneeksi ja työtehtävistään innostuneeksi joukkueeksi, jossa yksilöt kantavat vastuuta toistensa ja koko ryhmän menestyksestä. Tiimit ovat työryhmän osasia. (Kopakkala 2005, 91, 93.)

Dressing Mimiassa työryhmä jakautuu pienempiin ryhmiin eli tiimeihin. Esimerkiksi näytöskoordinointi tiimin kuuluvat näytöskoordinaattori, mallit, puvustajat ja pukeutumisavustajat, jotka työskentelevät tiivistä yhteisen tavoitteen eli Dressing Mimia näytöksen sujuvuuden tavoittelemiseksi. Dressing Mimiassa tiiminvetäjät tukevat ja kannustavat. Kaikki Dressing Mimian toimijat pääsevät kuluttamaan äänensä ja visionsa. Dressing Mimia käyttää ilmaisua työryhmä, puhuessaan omasta organisaatiosta.

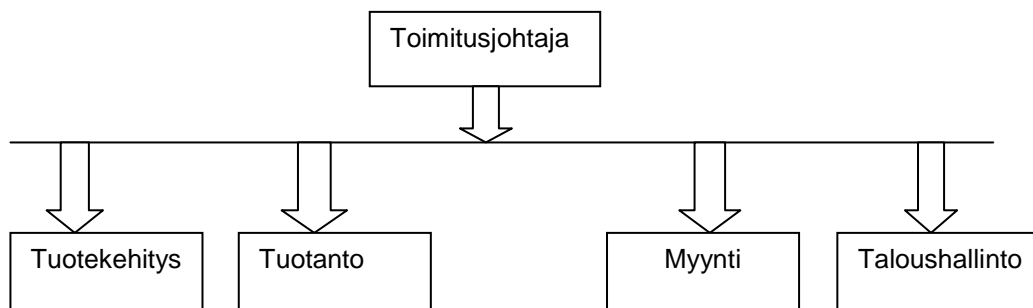
4.1.1 Organisaation rakennetyypit

Organisaatiorakenteella kuvataan organisaation muodollisia valta- ja vastuusuhteita ja kunkin hierarkkisen tason sisäistä työnjakoa eli erikoistumista eri palveluosastoihin sekä osastojen välistä vuorovaikutusta ja kommunikaatiota. Valtaja vastuusuhteet osoittavat kenelle kukin toimija on raportointivelvollinen ja kuinka monta alaista työskentelee yhden esimiehen alaisuudessa. Organisaatiomuotoja on seitsemän perustyyppiä, josta käsittelen neljä eri muotoa lyhyesti. (Peltonen 2007, 33.)

Pienyritysrakenne on yksinkertainen organisaatiorakenne, jossa johtaja osallistuu tiivistä toteuttavan työhön. Pienyritysrakenteessa ei ole juurikaan hierarkkista rakennetta, johtaja-yrittäjän käyttäessä työpanoksensa tasaisesti eri tehtäviin ja vain osittain johtamistyöhön. Rakenteessa ei ole tehty selkeää työnjakoa eri toimijoiden ja ryhmien välillä, vaan jokainen työntekijä osallistuu tarpeen mukaan toimintoihin. Vuorovaikutus on välitöntä, mutta ylläpito on raskasta organisaation kasvaessa. (mt.,33.) Dressing Mimiassa projektipäällikkö on osallistunut, tiivistä kaikin projektin tuottamisen osa-alueisiin ja samalla säilyttänyt hyvin oman johtamistyönsä aseman. Dressing Mimiassa on melko selkeää työnjakoa eri toimijoiden ja ryhmien välillä. Jokainen tietää oma osa-alueensa ja mitä kukin tekee.

Toimintorakenteessa johtoryhmän alaisuudessa työskentelee eri tehtäväalueille erikoistuneita toimintoja. Esimerkiksi. markkinointi, tuotanto, tuotekehitys, taloushallinto ja henkilöstötoiminto. Kunkin toiminto on keskittynyt oman erikoisalansa. Johdon tehtävänä on valvoa toimintaa ja varmistaa koko organisaation

tasapainoinen kehitys. Ylimmällä johdolla on vastuu kokonaisuudesta ja sillä on päätösvalta muutoksiin organisaatiota koskevista asioista ja tuotantoprosessissa. Näin olleen päätöksenteko voi kasautua ylimmälle johdolle. Toimintorakenteen heikkouteen kuuluu se, että se reagoi hitaasti ympäristön muutoksiin. (mt., 34.)

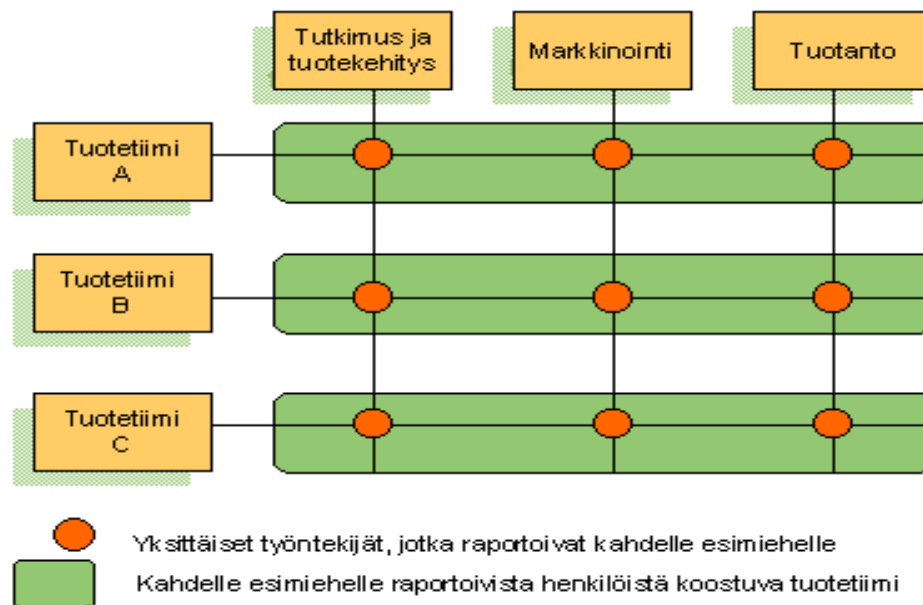


Kuvio 1. Toimintorakenne (mt.,34)

Dressing Mimiassa on paljon piirteitä jotka voisi liittää toimintorakenteeseen: Dressing Mimiassa vuosina 2009 ja 2010 kaikki toiminta ja tuotteistaminen kulki projektipäällikön (vasta kuviossa 1 vastaa toimitusjohtajaa) kautta ja kulkee edelleen. Kuitenkin näen, että tämä toimintamalli tulee näkymään enemmän Dressing Mimian projektissa 2011 ja tulevana vuosina. Dressing Mimia-yhdistyksen myötä on syntynyt johtoryhmä jonka alaisuudessa toimii erilaisia tuotantotasoja. Kuitenkin näen tämän tuotantorakenteen muotoutuvaan vasta Dressing Mimian tulevaisuudessa vielä enemmän, koska Dressing Mimialle ei ole vielä muodostunut tarkkaat ryhmät jotka itsenäisesti kehittävät tiettyä tuotannon osa-alueetta kuten esimerkiksi. myyntiä. Suurin vastuu on vieläkin Dressing Mimian projektipäällikön, Lan Len vastuulla. Resurssien puute on yksi suuri este tämän toimintorakenteen muodostumiselle.

Matriisirakenteessa kullakin työntekijällä on kaksi esimiestä, joista toinen keskittyy asiakkaan näkökulman mahdollisimman hyvään huomioon ottamiseen ja toinen tarkastelee toimintojen erikoisosaamista. Tuote-esimies taas rekrytoi eri aloista osaajia tietyn tuotteen tai palvelun kehittämistä varten. Työntekijä saat-
taa tässä rakenteessa hankalaa hahmottaa työkuvaansa tilanteessa, jossa hänellä on kaksi esimiestä. Matriisirakenne mahdollistaa sekä tuotekohtaisen että toimintokohtaisen osaamisen kehittämisen. (mt., 36,41.) Matriisirakenne yhdis-

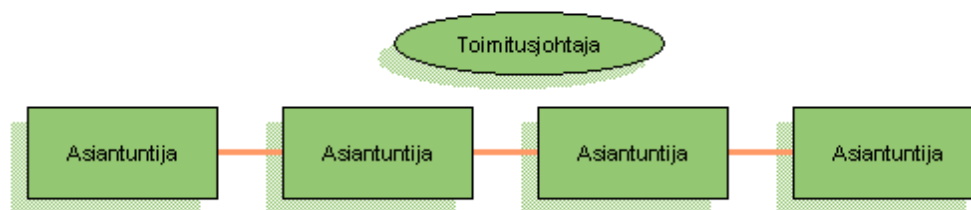
tää kaksi organisaatiomallia: toimintoihin jaetun linjaorganisaation sekä tuote / asiakas / alue – kohtaisin rinnakkaisohjauksen (Heikkilä, 2010).



Kuvio 2. (Heikkilä 2010)

Dressing Mimian toteutus on suurin osin syntynyt projektipäällikön sinnikkyudesta neuvotella ja vakuttaa yhteiskumppaneita ja sponsoreita oman projektin läpiviemisestä ja toteuttamisessa käytännössä. Matriisiorganisaation toiminnan hahmottaminen on vaikea; sen voi ajatella koostuvan esimerkiksi pystysuorista toiminnoista (myynti, valmistus, markkinointi ym.) ja niitä halkovista vaakasuorista toimijoista, Dressing Mimian tapauksessa projektipäälliköstä, joka neuvottelee kaikkien toimintojen kanssa projektin läpiviemiseksi. Kun hahmottelee tilannetta tällä tavalla, on helppo nähdä miten matriisiorganisaation rakenne koostu. Dressing Mimiassa on yksi johtajahahmo, joka delegoi työtehtäviä muille tiiminvetäjille, jotka toimivat tässä tapauksessa toisina "esimiehinä" ja ohjaavat heidän työntekijöitään konkreettisissa työtehtävissä.

Asiantuntijaorganisaatiomallissa kukin toimija vastaa omasta asiantuntija tehtävästään. Runsaasti tiimityöskentelyä ja siinä ei esiinny alistussuhteita. Tällaisia organisaatioita ovat esimerkiksi konsulttifirmat, mainostoimistot ja asianajotoimistot. (Heikkilä 2010)

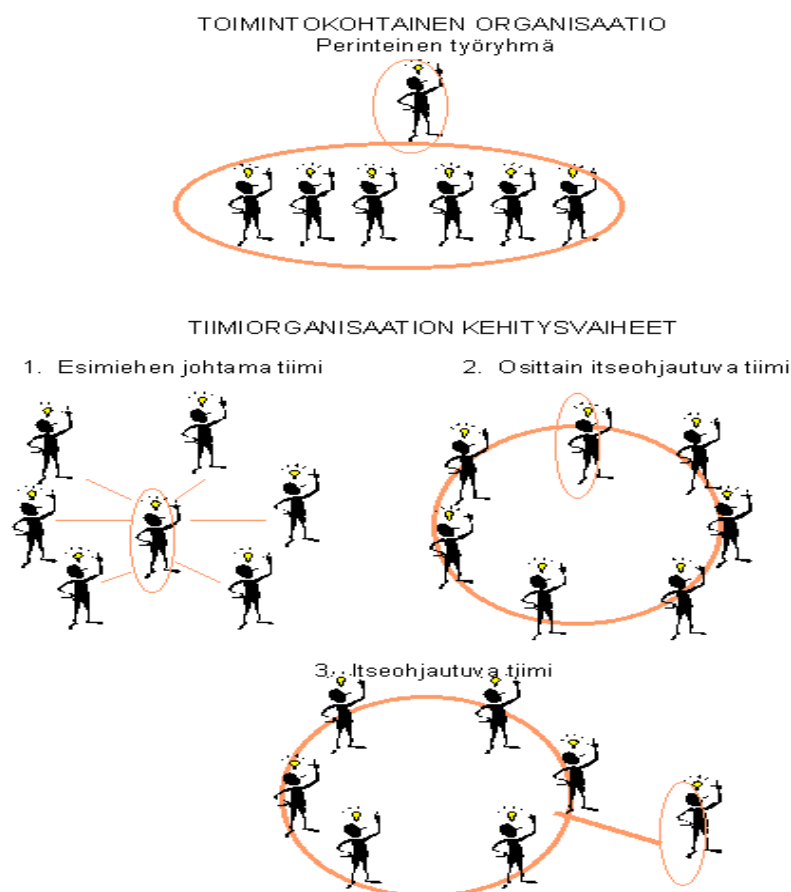


Kuvio 3. (Heikkilä 2010)

Dressing Mimian nykyinen organisaatio pohjautuu melko paljon tähän organisaatiomallin. Asiantuntijaorganisaatio ei ole kovin hierarkkinen vaan se on monipuolisesti verkottunut. Näin olleen se pohjautuu samoihin arvoihin kun Dressing Mimian organisaatio, jossa pyritään pois hierarkkisesta jaottelusta. Dressing Mimia ei halua hierarkkista leimaa organisaatiolleen. Kuitenkin johtajahahmon olemassaolo nähdään tärkeäksi projektin sujuvuuden ja kasassa pysyvyyden kannalta. Organisaatio on myös monipuolisesti verkkoistunut luovan alan toimijoiden kanssa.

Dressing Mimiassa on runsaasti oman alansa asiantuntijoita, kuten sirkustaiteilijat, suunnittelijat ym. Jokainen näistä asiantuntijasta toimii itsenäisesti projektin sääntöjen ja tavoitteiden puitteissa. Dressing Mimiassa työskentely pohjautuu intensiivisen tiimityöskentelyyn, jossa asioista päätetään, keskustellaan ja toteutetaan. Kuitenkin kaikki tämä toiminta toimii projektipäällikön alaisuudessa, tai tässä tapauksessa vuodesta 2011 lähtien Dressing Mimia ry:n hallinnon kautta, sillä yhdistyksen hallinnolla on viimeinen päätäntävalta.

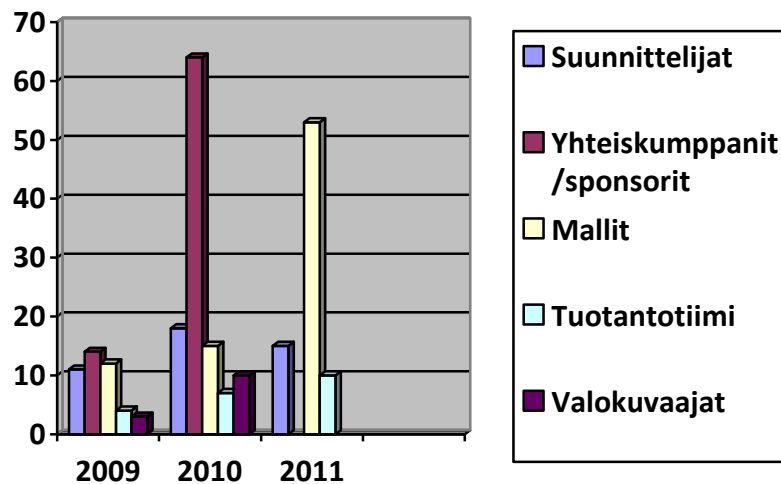
Tiimiorganisaatiossa keskustelu on avointa ja kaikkia jäseniä kuunnellaan. Palavereihin tullaan valmistautuneena ja palaverit päättyvät selkeisiin päätöksiin ja jatkotoimenpiteisiin. Uusia ideoita arvostetaan ja niihin suhtaudutaan avoimesti. Tiimiorganisaatiossa erimielisyydet nähdään rikkautena ja niistä päästään lopulta yhteiseen käsitykseen. Tiimiorganisaatiossa kaikki resurssit ovat yhteisiä. (Heikkilä 2010)



(Kuvio 4. Heikkilä 2010)

Dressing Mimian organisaatiomalli samaistuu myös tiimiorganisaation toimintatapoihin ja periaatteisiin. Dressing Mimia -organisaatio on asiantuntija- ja tiimiorganisaation risteytys. Dressing Mimiassa näkyy vahvasti näiden kahden organisaation piirteitä ja toimintatapoja, kuten molemmissa vahvasti näkyvä tiimityöskentely. Dressing Mimia organisaation toiminta vuosina 2009 ja 2010 on samankaltainen kun kuviossa 4. tiimiorganisaation ensimmäinen kehitysvaihe 1. eli esimiehen johtama tiimi. Vaiheet kaksi ja kolme näkyvät Dressing Mimiassa muun muassa siinä kun projektipäällikkö delegoi työt asiantuntija-toimijalle, joka sitten ohjaa oma tiimensä osajia projektipäällikön ohjeistuksien mukaan.

4.2 Dressing Mimia -organisaation kehitys

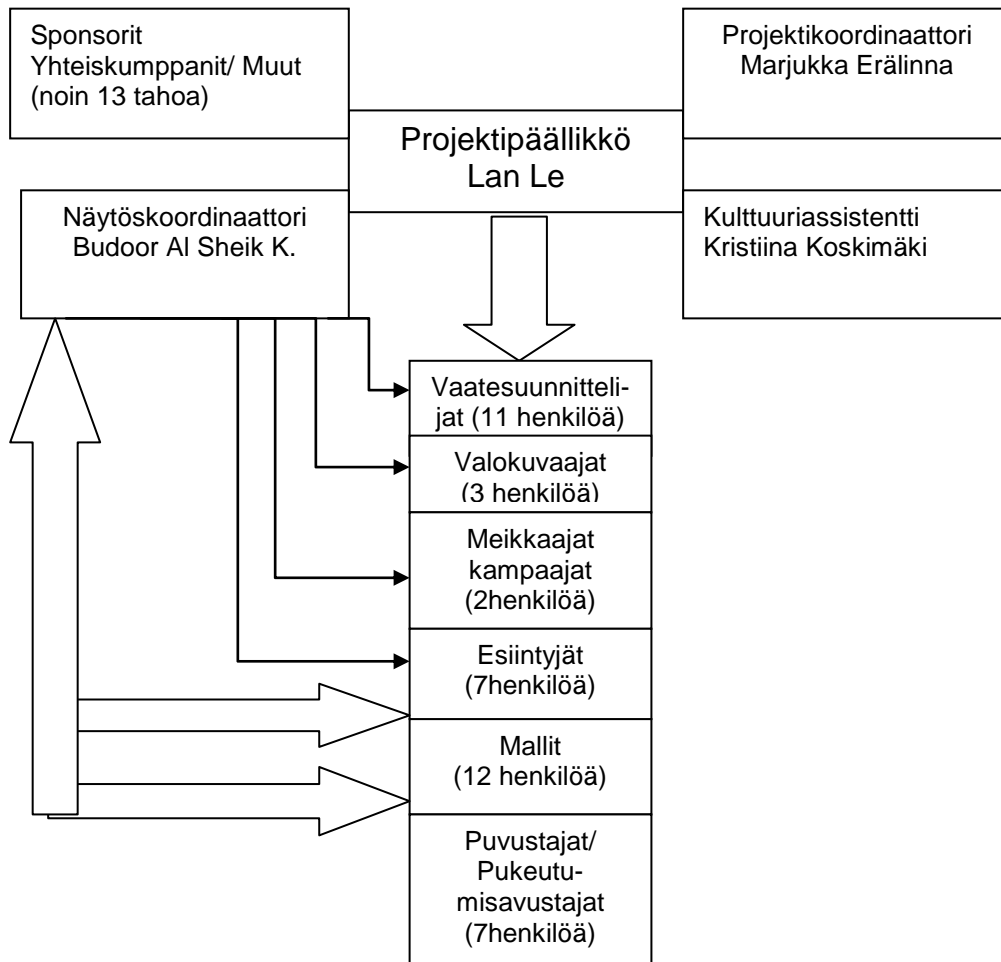


Kuvio 5. Dressing Mimian organisaation kehityskaavio

Dressing Mimian organisaatio on kehittynyt huomattavasti synnyinvuodestaan. kuviosta 5. nähdään Dressing Mimian kehitys vuosina 2009, 2010 ja 2011. Kuitenkin vuodesta 2011 puuttuu suuri osa, koska työryhmän kokoonpano ei ole vielä lopullinen ja on vieläkin jatkuva prosessi.

Vuonna 2009 juuri valmistuneet opiskelijat valmistivat näytöksen itsenäisesti, irrallaan koulusta. Tapahtuman järjestäminen, kaveriryhmän kesken oli iso riski. Kuitenkin projektin perusidean hahmottamisen jälkeen alettiin koota työryhmää enimmäkseen tuttavapiiristä, mutta myös uusia yhteiskumppaneita houkuteltiin mukaan kovalla sinnikkyydellä. Mukaan saatiin jokaiselta edustajalta yksi toimija; esimerkiksi yksi kampaaja, Fashion Teamin mallitoimistolta kaksitoista mallia. Projektin toiminta alussa oli pienimuotoista ja niin oli myös organisaation kokoonpanokin. Kuitenkin vuoden 2010 tapahtumaan oli tehty iso harppaus ja panokset oli nostettu korkeiksi, sillä kokoonpano oli kaksinkertaistunut ja yhteiskumppanit kolminkertaistuneet ja näin olleen projekti vaati enemmän organisoitua. Vuodelle 2011 verkosto syventyy entisestään ja tähän suuntaan Dressing Mimia ry pyrkii jatkossakin.

4.2.1 Dressing Mimia 2009



Kuvio 6. Dressing Mimian organisaatio 2009.

Kuviosta 6. nähdään miten Dressing Mimian organisaatio on muodostunut ja ketkä ovat yhteistyössä kenen kanssa ja hoitavat mitäkin aluetta. Projektipäällikkönä organisaatiossa toimi Lan Le. Projektipäällikkö sitoi kaikkia muita pienryhmien vetäjiä yhteen, tuki ja ohjasi ryhmää kokonaisuutena. Kaikki olivat sidoksissa projektipäällikköön ja kaikki tieto ja päätöksenteko kulki hänen kauttaan ennen varsinaista toteutumista. Projektipäällikkö oli kasannut yhteen toimivan organisaation, joka toimi tässä kohta tiimiorganisaation tavoin. Se oli tiimiorganisaation ensimmäisessä kehitysvaiheessa. Dressing Mimia organisaatio koostui noin 50 toimijasta vuonna 2009. Kulttuuriassistentti oli suorassa yhteydessä projektipäällikköön ja kaikki markkinointi hoidettiin yhdessä. Projektipäällikkö oli suorassa yhteydessä yhteiskumppaneihin ja sponsoreihin.

Projektikoordinaattorina toimi Sirkusunionin Marjukka Erälinna. Erälinna ja Le olivat yhteydessä jo projektin ideointivaiheen alusta ja siitä he lähtivät yhdessä kehittämään sitä tapahtumaksi. Erälinna on merkittävä hahmo tapahtuman ideoinnin kannalta, mutta operaatio puolella hän ei varsinaisesti vastannut mistään osa-alueesta. Itse toimin näytöskoordinaattorina Dressing Mimiassa jo vuodesta 2009. Seuraavassa kappaleessa tuon oman roolini ja työtehtäviäni tarkemmin esiin.

Roolini Dressing Mimiassa

Halusin olla mukana Dressing Mimian käytännön toteuttamisessa että sen sisällön suunnittelussa ja siksi Le tarjosi minulla näytöksenkoordinaattorin paikkaa. Tehtäviini kuului näytöksen- ja valokuvauspäivän aikataulujen järjestäminen ja soveltaminen käytäntöön Len johdolla. Kaikissa kokouksissa oleminen oli oleellinen työtehtävä, jossa tutustuttiin suunnittelijoiden kehittyviin mallistoihin, malleihin ja tutustuttiin ja verkostoiduttiin työryhmän muiden jäsenten kanssa. Kuvi-ossa 6 näkyy, kenen kanssa olin vuorovaikutuksessa. Ohuet ja paksut nuolet olen laittanut osoittamaan yhteistyön laajuutta. Tästä huomataan, että olin vuorovaikutuksessa eniten mallien ja pukeutumisavustajien kanssa ja työtehtävä sijoittuikin backstagen ylläpitoon ja johtamiseen.

Ensimmäisenä vuonna järjestettiin Börsin tiloissa valokuvauspäivä, jolloin kaikkien suunnittelijoiden mallistot kuvattaisiin ennen varsinaista päätapahtumaa, jotta saataisiin mallistokuvat pyörimään näytöspäivänä näytöksen taustalla. Sirkusunioni ja tanssiryhmä Elysium olivat myös mukana kuvattavana. Valokuvauspäivän johtaminen oli raskasta ja uuvuttavaa - yli 20 henkilön työryhmä kyseli ja pyöri ympärillä ja samalla piti organisoida päivän kulkua ja improvisoida ratkaisuja ongelmien tapahtuessa. Päivä oli raskas, mutta onneksi Monsuunin valokuvaajien ammattimainen ote ja ideoiden tulkintakyky sekä mallien joustavuus ja mukautuvuus antoivat palkkioksi laadukkaita valokuvia. Päivä alkoi kahdeksalta aamulla ja loppui iltamyöhään eikä sujunut ongelmitta, sillä aikataulu venyi ja Sirkusunionin ja tanssiryhmän kuvaukset jouduttiin siirtämään studioon.

Päivän aikana huonosti menneet asiat, kuten mallien järjestysten vaihtaminen ja organisointi, kampaajien ja maskeeraajien vähäinen määrä verrattuna mallien määrään ja heille varattuihin valmistumisaikoihin opettivat sen että seuraavaa vuotta ajatellen olisi varattavaa enemmän aikaa ja jaettava mallistojen kuvaaminen eri päiville, hankittava lisää valokuvaajia, meikkaajia ja maskeeraajia ja suunnittelijoita olisi tiedottava jättämään riittävästi saumavaraa vaatteisiin, jotta niitä pysty pienentämään tai suurentamaan. Näiden virheiden dokumentointi helpottaisi niiden kartoittamista ja parempien ideoiden kehittämistä seuraavissa projekteissa.

Suurimmat työtehtävät sijoituivat valokuvaus- ja näytöspäivän, jolloin ohjeistaminen ja tilanteiden hallinta tulivat ajankohtaisiksi. Työn määrä ja sen jakautuminen olivat jaettu sen mukaa kuinka paljon mukana järjestäjiä, toisinaan jokainen teki jotain toisen puolesta esimerkiksi minä ja Le käytiin jakamassa julisteita ympäri Turku. Seuraavasti luettelen työtehtäviä, jotka kuuluivat työkuvaani.

Näytöspäivänä näytöksenkoordinaattoriin työtehtäviin kuului:

JÄRJESTELY- JA KOORDINOINTITEHTÄVÄT

- Pukeutumistilojen, lavastusten, mainostilojen ja muun sisustuksen kuntoon laittaminen ennen näytöstä
- Suunnittelijoiden tuomien vaatemallistojen koordinointi mallin rekkeihin sisääntulojärjestyksessä
- Siitä huolehtiminen, että näytöksen tilat palautetaan normaalin muotoon näytöksen loputtua
- Siitä huolehtiminen, että kaikki esiintyjät ja mallit pääsevät ajoissa lavalle oikeassa järjestyksessä. Tähän sisältyy mm. selkeiden kirjallisten ohjeiden, ”sisääntulojulistoiden”, tekeminen malleille ja esiintyjille. Kukin malli saa sisääntuloistaan myös oman ohjeistuksen, johon on merkattu sisääntulojen järjestykset, jokaisen sisääntulon vaatesuunnittelija ja ketkä mallit ovat sisääntulossa sekä kenen suunnittelijan vaatteet kukin malli pukee loppusisääntuloon.

SUUNNITTELU- JA OHEJEISTUSTEHTÄVÄT

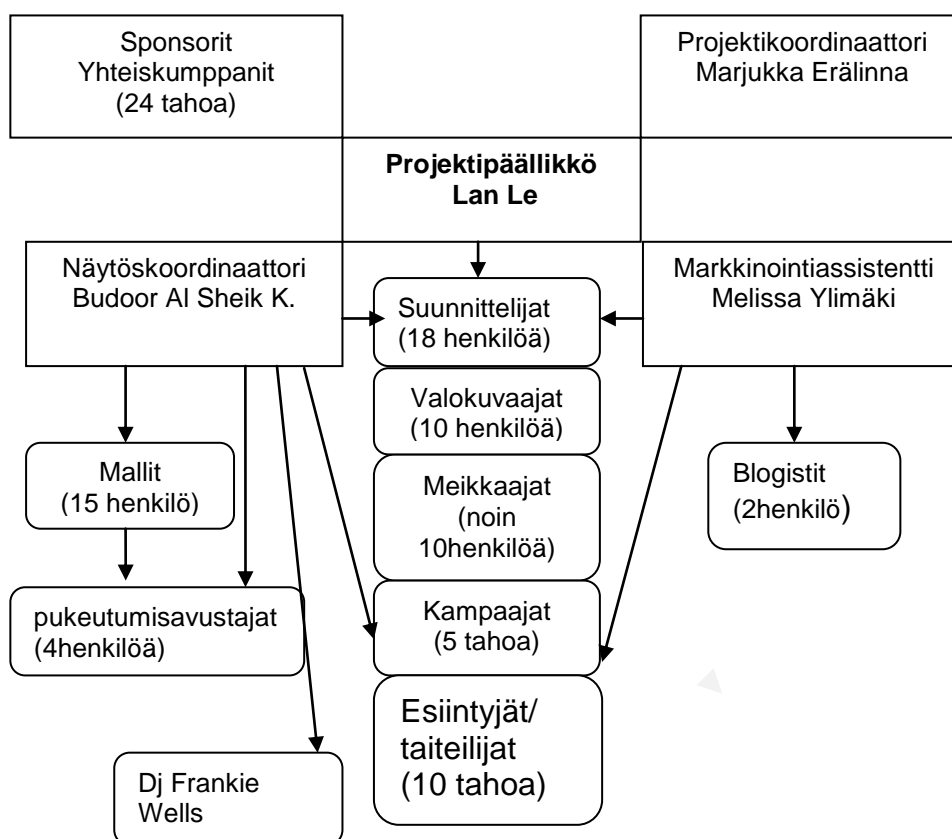
- Mallien ohjeistus ja koordinointi oikea-aikaisesti ja oikeassa järjestyksessä maskeeraukseen ja kampaukseen

- Koreografian suunnittelu ja sen ohjeistus malleille
- Mallien ja pukijoiden ohjeistus
- Näytöksen kenraaliharjoituksen järjestäminen ja mahdollisten muutosta vaativien asioiden ylöskirjaaminen. Tarkistusta ja muutoksia voivat vaatia mm. seuraavat seikat: malleilla ei ole riittävästi aika vaihtaa asua seuraavan sisään tuloon tai musiikki loppuu kesken – tämä vaatii ohjeistusta ja kommunikointia tiskijukan kanssa elein koko näytöksen ajan, tämän takia on hyvä että näytöksen aikana näytöskoordinaattorilla on suora katsekontakti tiskijukkaan.

JOHTAMIS- JA YHTEISHENGEN YLLÄPITOTEHTÄVÄT

- Näytöksen sujuminen ja backstagen ylläpito ja johtaminen
- Mallien tauotuksesta ja lepoajoista huolehtiminen
- Mallien kannustaminen ja positiivisen ja iloisen hengen ylläpito backstagella.

4.2.2 Dressing Mimia 2010



Kuvio 7. Dressing Mimian organisaatio 2010.

Dressing Mimia -organisaation on tullut uusia asiantuntijoita ja organisaation rakenne on jokseenkin muuttunut vuodesta 2009. Projektipäällikön asema on vielä sama ja kaikki organisaation jäsenet toimivat hänen ohjeidensa ja valvontansa alaisina. Projektipäällikkö on vielä vastuussa työryhmän kokoonpanon luomisessa ja organisoinnissa. Kulttuuriassistenttiin tilalla on tullut markkinointia hoitava Melissa Ylimäki, joka on yhteistyössä Dressing Mimian blogistin kanssa. He päivittävät kotisivuja (Liite 1), blogeja ja ovat yhteydessä median ynnä muuta. Le (2011) kertoo, että markkinointi muokkautuu sen mukaan millainen persoona asettuu tehtävän hoitamiseen. Projektipäällikkö on pyrkinyt jakamaan paljon markkinointiin liittyviä tehtäviä, mutta niiden runsauden takia yksi assistentti ei pysty niitä tekemään ainakaan tähän saakka. Vuonna 2010 projektipäällikkö ja markkinointiassistentti, sekä blogisti toimivat yhteistyössä Dressing Mimia markkinoinnin edistämisen. Toisaalta nyt, kun on ollut vakiintuneita Facebook-, blogi- ja kotisivuja, markkinointiassistenttiin työtehtäviin kuuluu lähinnä sivustojen päivittämistä, tiedottamista sekä erilaisten markkinointi-tempausten

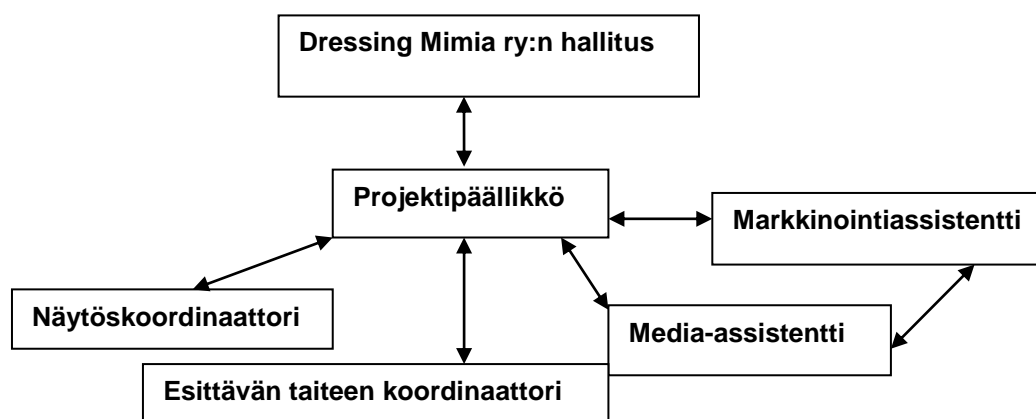
luomista. Tulevaisuudessa voidaan delegoida kokonaan julisteiden ja esitteiden jakaminen markkinointiassistentin työtehtäviin.

Marjukka Erälinna toimii yhdistyksessä sihteerinä ja kokoonpanossa tärkeänä päätöksentekijänä. Vuoden 2010 Dressing Mimian organisaatio mallissa näkyy piirteitä edelleen tiimiorganisaatiosta ja asiantuntijaorganisaatiosta. Molemmat organisaatiomallit pohjautuvat laajan verkoston luomiseen, tiimityöskentelyn ja pyrkivät pois hierarkkisesta jaottelusta kuten Dressing Mimia. Dressing Mimiassa kuitenkin johtavan hahmon nähdään elintärkeänä projektin vakaudelle. Matriisirakenteen ”kahden esimiehen” malli voidaan huomata myös Dressing Mimiin työntekijöiden jaottelussa, jossa projektipäällikkö delegoi tietyn osa-alueen projektissa toiselle ”esimiehelle” joka sitten ohjeistaa oman tiiminsilöitä.

Roolini Dressing Mimiassa

Toimin edelleen näytöksenkoordinaattorina ja organisoin sekä järjestän näytöspäivän backstage kuntoon sekä ohjeistan ja johdan omaa tiimiäni. Oman tiimin kuuluvat mallit ja pukeutumisavustajat. Vuonna 2010 hoidin näytöksen musiikkipuolta keräämällä kaikkien esiintyjien ja suunnittelijoiden näytösmusiikki ja toimittamalla sitä eteenpäin Dressing Mimian tiskijukalla, Dj Frankie wells. Työkuva on enimmäkseen samanlainen kun vuonna 2009.

4.2.3 Dressing Mimia 2011



Kuvio 8. Dressing Mimian organisaatio 2011

Dressing Mimian kokoonpano ei ole vielä lopullinen, näin olleen vuoden 2011 organisaatiokuvio on puutteellinen mutta suunta antavaa. Dressing Mimian organisaatio on yhdistyksen myötä alkanut muistuttaa toiminto- ja asiantuntijaorganisaatiota. Kuten asiantuntijarakenteessa, Dressing Mimian organisaation toimijat ovat alkaneet vähitellen vastaamaan omasta asiantuntijatehtävistään. Dressing Mimia ry on edelleen tiimityöskentelyä ja siinä ei esiinny alistussuhteita, kaikki toimijat ovat tasapuolisia tiimin jäseniä.

Dressing Mimia hakee tänä vuonna 35 naismallia ja 18 miesmallia. Jokaiselle mallistolla on tarkoitus antaa omat mallit. Tämän vuoksi Dressing Mimia on järjestänyt monia mallien valintatilaisuuksia tavoitellakseen mallien haluttua määrää. Suunnittelijoiden määrä on rajattu 15 henkeen ja kukin mallisto sisältää 4-8 asua. Taiteilijoiden ja esiintyjien määrä ei ole vielä tiedossa. Vuoden 2011 Dressing Mimia kokoonpano on kuitenkin sama taikka suurempi kuin vuoden 2010 projekti. Dressing Mimia ry:n toiminta ei vaikuttanut suoranaisesti vuoden 2010 tapahtumaan, mutta on oleellinen päätaho vuodelle 2011 ja sitä eteenpäin.

Vuoden 2011 organisaatio halutaan tehostaa rekrytoimalla media-assistentti, joka työskentelisi intensiivisesti markkinointiassistentin kanssa. Toisena toimijana halutaan rekrytoida esittävän taiteen koordinaattori, joka olisi suorassa kontaktissa esiintyjiin ja taiteilijoihin. Hänen työkuvaansa kuuluu käydä läpi näiden toimijoiden tarjoamia esityksiä ja tuotoksia. Esittävän taiteen koordinaattori auttaa kehittämään ja valmentamaan esiintyjiä.

Dressing Mimia ry

Dressing Mimian työryhmä oli kaksinkertaistunut ja yhteiskumppaneita ja sponsoreita oli kolminkertaistunut määrä edellistä vuotta nähden. Dressing Mimia projektilla perustettiin vuoden 2010 loppupuolella yhdistys nimeltä Dressing Mimia ry. Yhdistyksen kotipaikkana on Turku. Yhdistyksen hallituksessa on neljä jäsentä. Lan Le toimii puheenjohtajana ja mukana ovat Sirkusunionin Marjukka Erälinna, näyttöksenkoordinaattori Budoor Al Sheik sekä vuonna 2011 yhdistyksen astui uusi jäsen hoitamaan yhdistyksen talouspuolta. Yhdistyksen tavoitteet ja toiminnan laatu näkyvät seuraavasta yhdistyksen sääntöjen otteesta :

Yhdistys edistää muotoilijoiden ja eri alojen taiteilijoiden verkostoitumista ja monipuolista suomalaista kulttuuritarjontaa. Yhdistys myös toimii kanavana taiteilijoiden töiden esille tuomisessa ja synnyttää monipuolisen jäsenistönsä ansiosta poikkitaiteellista ja ennakkuulotonta kulttuuritoimintaa. (Dressing Mimia 2010.)

Yhdistyksen arvoihin kuuluu vapaaehtoisuus. Yhdistys pyrkii maksaman jotain pientä niille toimijoille jotka toimivat siinä aktiivisesti, mutta pääsääntöisesti se on vapaaehtoista ja talkoohenkeen perustuvaa toimintaa. Yhdistyksen arvoina ovat avoimuus, rehellisyys, lojaalisuus ja luottamuksellisuus. Yhdistys on Dressing Mimian kehittämä verkosto, jossa on paljon toimijoita, joita halutaan pitää ajantasalla projektin sujuvuudesta ja kehittymisestä. Yhdistys haluaa pois hierarkisesta järjestelmästä. Yhdistys perustettiin myös helpottamaan järjestettävien tapahtumien ja tilaisuuksien rahaliikenteen, kirjanpidon ja palkkojenmaksun hoitoa. Yhdistysmuodon huonona puolena on paperitoiminta, tarkka budjetointi ja jatkuva dokumentointi. Yhdistys tuo tapahtumien tuotantoon ammattimaisemman otteen, joka on herättänyt luottamusta ja sen turviin on saatu tehokkaammin yhteistyökumppaneita ja rahoitusta. Yhdistys on päätetty pitämään hyvin pienenä. Yhdistyksen toimintastrategia on aktiivinen tiedottaminen sosiaalisessa mediassa, Dressing Mimian kotisivuilla, lehtien ja muun median avulla sekä suora markkinointi oppilaitoksiin ja kulttuuritekijöihin. (Le 2011.)

Oma roolini Dressing Mimiassa: Olen Dressing Mimia ry:n hallituksen. Tällä vuodella toimikuvani on puhtaasti muotinäytökseen osuus ja mallien valinta. Toimin edelleen nimellä näytöskoordinaattori ja toimikuvani on melko samanlainen kun sitä edeltävät vuodet. Tänä vuonna kuitenkin olen enemmän mukana mallien rekrytoinnissa ja kouluttamisessa. Projektipäällikön kanssa järjestettävässä mallikurssissa halutaan auttaa malleja urallaan eteenpäin, kannustaa heitä ja luomaan heille parempaa itsetuntoa.

4.2.4 Yhteenveto muutoksesta

Dressing Mimia organisaatio on kehittynyt suuresti kolmessa vuodessa. Dressing Mimia organisaation ero näkyy selvästi vuosien 2009 ja 2010 välillä. Vuon-

na 2009 muutamasta kavereista ja tutusta kerätty 50 henkilön työryhmä paisui vuodessa kolminkertaiseksi. Dressing Mimian perustettua yhdistyksen se on saanut uskollisia yhteiskumppaneita, sponsoreita, asiakkaita, toimijoita ja malleja. Suunnittelijoiden, mallien, ja valokuvaajien määrää on kasvanut ja kasvaa edelleen. Organisaatio koostu yhdistyksestä, jossa toimii samat toimijat kun projektissa. Yhdistys on kuitenkin se päättävä elin. Siellä tehdään kaikki tärkeät päätökset, kuten budjetin laatiminen. Yhdistyksen puheenjohtajana ja tapahtuman projektipäällikkönä toimi Lan Le. Hänellä on päätäntävalta yksittäisiin sopimuksiin sekä valtuus ottaa kantaa ja päättää asioista. Johdon alla työ on delegoitu markkinointiassistentille ja näytöskoordinaattorille. Dressing Mimia pyrkii vielä jakamaan työtä esittäväntaiteen koordinaattorille, koska se on oma alansa, johon halutaan oma ammattilainen. Meikkaajien, kampaajien ja valokuvaajien oma sidosryhmäkoordinointi on myös suunnitelmissa. Tästä voidaan päätellä, että Dressing Mimian organisaatio on alkanut muuttua koko ajan ammattimaisempaan suuntaan.

5. LOPPUPÄÄTELMÄT

Tutkimuksessani käsittelen Dressing Mimia -muotinäytöstapahtuman tuotteistamista ja organisaatiota. Tutkin sen kehitystä ja tarkastelen sen tulevaisuuden näkymiä. Vastan tutkimuksessani kysymykseen, onko Dressing Mimia tuote. Tutkimuskysymykseni on siis, miten yksittäisestä ideasta alkunsa saanut tapahtuma syntyy, kasvaa, vakiintuu ja organisoituu ammattimaiseksi tuotannoksi. Miten ja miksi se tapahtuu ja mitä etuja ja haasteita tähän liittyy?

Vertaillen Dressing Mimian projektia tuotteistamisen teoriaan, voidaan päätellä, ettei se ole tuote. Dressing Mimia ei vielä täytä tuotteen kaikkia kriteerejä. Se on toimiva tapahtuma mutta ei edelleen myytävissä. Dressing Mimia on vasta kehittymässä tuotteeksi ja on menossa siihen suuntaan kovaa vauhtia. Dressing Mimia yhdistyksen on laadittavaa omia yhdistyksen sääntöjä, jotta voisi täyttää osaa tuotteistamisen kriteereistä. Yksityiskohtainen ja perusteltu dokumentointi Dressing Mimian alkuvaiheesta nykytilanteeseen on arvokasta kehittymisen kannalta. Le mainitsee haastattelussa halunsa siirtyä tulevaisuudessa kokonaan yhdistyksen päätäntä puolelle ja delegoida työt toiselle. Eli Dressing Mimia on tällä hetkellä tuotteistamisen toisen ja kolmannen vaiheen välissä, jossa tuotteen nimi ja hinta alkavat vakiintua.

Perustajan siirtyessä kokonaan yhdistyksen hallitukseen, silloin päästään vasta tuotteistamisen neljänteen vaiheeseen. Le kuitenkin on huolissaan siitä, että mahdollinen uusi toimija saattaisi laiminlyödä projektia. Dressing Mimialle on kolme vaihetta edessä saavuttaakseen tuotteen nimityksen. Dressing Mimian tuotteistaminen on siten vielä puolitiessä. Dressing Mimian muutosprosessi on edelleen käynnissä ja uskon sen olevan aina uudistuvassa tilanteessa. Näin olleen en koe tarpeelliseksi Dressing Mimian tuotteistamisen vientiä loppuun.

Dressing Mimia on organisaationa jatkuvasti kasvava ja tiimitoiminta muuttuu jatkuvasti ammattimaisempaan suuntaan. Dressing Mimia rakennetaan sen mukaan mitä ihmisiä on tuotannossa ja mitä tuotanto tarvitsee, tällä hetkellä Dressing Mimian päätavoite on joukkomarkkinoinnin tehostaminen. Dressing Mimia on jatkuvasti uudistuva tapahtuma, kuitenkin tuotteistaminen on vielä

keskivaiheessa. Dressing Mimian vahvuuksiin kuuluu talkoovoimiin perustuva projektiryhmä ja joukkomarkkinointi, joten tuotteistamisen loppuun vieminen Dressing Mimiassa voi hävittää tai muuttaa tapahtuman alkuperiaatteita. Dressing Mimiassa pyritään luomaan jatkuvasti uutta ja tuoretta verkostoa ja syventämään verkoston sisäisiä suhteita.

Dressing Mimian organisaatio on kasvanut vuodesta 2009 kolminkertaiseksi ja uskon sen laajenevan lisää lähitulevaisuudessa. Dressing Mimian sisäinen projektiryhmä on laajentunut pisteeseen, että halutaan rekrytoida uusia, oman alansa ammattilaisia johtamaan tuotannon eri osa-alueita. Vuodelle 2011 Dressing Mimia hakee muun muassa esittävän taiteen koordinaattoria, joka vastaa taitelijoiden ja esiintyjien rekrytoinnista, valinnasta ja kouluttamisesta. Yhdistyksen myötä Dressing Mimian organisaatio on alkanut saada uutta rakennetta, koska projektista vastaavat nyt projektipäällikön lisäksi yhdistyksen muut hallituksen jäsenet. Organisaationa Dressing Mimia on toimintorakenteen ja asiantuntijaorganisaation välisessä vaiheessa. Dressing Mimian kehitys näkyy muun muassa mallien rekrytoinnissa. Halutaan syventämään mallien osaamista kouluttamalla heitä. Suunnittelijoille ja taiteilijoille tarjotaan konsultointiapua markkinoijallisesta näkökulmasta. Tulevaisuudessa tavoitteena on hankia myös yhteinen toimintatila. Tulevaisuudessa Le (2011) näkee, että projektin johdon vastuun siirtyminen toiselle on kasvun paikka Dressing Mimialle.

Dressing Mimia on valmis laajentumaan paljon ja sen yksi tavoite on saada Dressing Mimia tunnetuksi ensin Turussa, sitten valtakunnallisesti ja sen jälkeen kansainvälisesti. Halutaan pohjoismaisten luovan alan toimijoiden kanssa tehdä yhteistyötä ja vuodelle 2012 on tarkoitus hakea yhteistyökumppaneita muista Pohjoismaista. Dressing Mimia haluaa, että se tunnetaan ”turkulaisena voimana”, joka edistää nuorten suunnittelijoiden ja taiteilijoiden osaamista ja tunnettua. Dressing Mimian nimi on tavaramerkki, joka on hyvä suojata virallisesti Patentti- ja rekisterihallituksen kautta. Tuotenimi on tärkeä osa tuotteistamista.

Dressing Mimian vahvuuksina nähdään kunnianhimoisuus, uskaliaisuus ja optimisuus. Samalla nämä nähdään myös Dressing Mimian heikkoutena, koska se toteuttaa liian kunnianhimoisia hankkeita ja voi pelottaa tiettyjä tahoja, esimerkiksi opiskelijat eivät uskalla hakeutua mukaan projektin juuri näiden

syiden takia. Heikkoutena on myös projektin profiloituminen liikaa sen perustajaan. Dressing Mimian vahvuuksiin kuuluu jatkuva kasvu ja kehitys. Yhdistystoiminta tarjoaa mahdollisuuden rahoitukselle, antaa uskottavuutta ja vakauttaa.

Dressing Mimian haasteina pidetään rahallisten resurssien puutetta, toisaalta yhdistyksen myötä saatu rahoitus on tuonut helpotusta, siinä mielessä, että on pystytty maksamaan palveluista etukäteen. Rahoituksen myötä ei voi enää viitata nollabudjettiin perustuvan tuotantoon, jolloin se on muuttanut Dressing Mimian alkuperiaatteita siinä mielessä, että Dressing Mimialle on nyt pääomaa mutta ei riittävästi, jotta sitä voisi jakaa kaikille projektissa mukana oleville toimijoille.

Tuottajien asiantuntevuus on tärkeä Dressing Mimian tuotteistamisessa ja tuottajille on kysyntää projektin kehityksen ja kasvun kannalta. Dressing Mimia -projektissa toimivana kulttuurituottajana olen sitä mieltä, että tuotteistamisen ja kannattavuuden kehittämisessä tarvitaan lisää tuottajia, koska Dressing Mimiassa on paljon tarjontaa. Projekti on jatkuvassa kasvavassa kehityksessä ja projektipäällikkö ei yksin enää voi valvoa ja hoitaa kaikkia tuottamisen osa-alueita. Rekrytointitarvetta on tullut useammille tuottajille, jotka ovat erikoistuneet markkinointiin, tuotantoon ja hallintoon.

Oma tuottajan roolini näkyi näytöksen tuottamisessa ja sen sujuvuuden hallinnassa. Näytöksen koordinaattorina olen toiminut viimeiset kaksi vuotta Dressing Mimiassa ja olen edelleen. Nimike on säilynyt, mutta oma rooli on vaihtunut projektin kehittyessä ja vastuut ovat muuttuneet. Dressing Mimia on joka vuosi saavuttanut tavoitteensa koska joka vuosi tavoite on kasvanut. Vuonna 2009 tuotantotiimi ei uskaltanut toivoa paljon muuta kuin, että yleisö tulisi tapahtumamme. Vuoden 2009 tavoite saavutettiin ja jopa ylitettiin, koska Dressing Mimia alettiin tunkea nimenä Turun kulttuurikentällä. Vuonna 2010 Dressing Mimia saavutti kävijämäärä- ja budjettitavoitteensa, koska projekti pääsi omilleen, ei saatu voittoa mutta ei myöskään jääty miinukselle.

LÄHTEET

Dressing Mimia 2009a. Toimintakertomus. Ei julkaistu.

Dressing Mimia 2009b. Palaverin muistio 19.5.2009. Ei julkaistu.

Dressing Mimia 2010. Toimintakertomus. Ei julkaistu.

Dressing Mimia 2011. Toimintasuunnitelma. Ei julkaistu.

Heikkilä, Tarja 2010. Organisaatorakenteen määrittely. Viitattu 4.5.2011

<http://myy.helia.fi/~heita/jorgan.htm>

Jaakkola, Elina, & Orava, Markus & Varjonen, Virpi 2007. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua - Opas yrityksille. Helsinki: Tekes.

Juuti, Pauli 2006. Organisaatiokäyttäytyminen. Aavarantasarja. Helsinki: Otava kirjapaino Oy

Kopakkala, Aku 2005. Porukka, jengi, tiimi. Ryhmädynamiikka ja siihen vaikuttaminen. Helsinki: Edita Prima Oy

Kotler, Philip 2005. Markkinoinnin avaimet. 80 konseptia menestykseen. 1. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Lehtinen, Uolevi & Niinimäki, Satu 2005. Asiantuntijapalvelut. Tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Parantainen, Jari 2007. Tuotteistaminen. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum.

Peltonen, Tuomo 2007. Johtaminen ja organisointi. Teemoja, näkökulmia ja haasteita. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy

Raj, Razag & Walters, Paul & Rashid, Taher 2009. Events Management. An Integrated and Practical Approach. London: SAGE Publications Ltd

Raatikainen, Leena 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Prima Oy

Ruuska, Kai 1999. Projekti hallintaan. Asiantuntija-sarja. 3. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtuman markkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy

HAASTATTELUT

Le Lan, vaatesuunnittelija, Turku, 6.4.2011, Budoor Al Sheik Kazal.

LIITTEET

Liite 1: Dressing Mimian juliste 2009

Liite 2: Dressing Mimian juliste 2010

Liite 3: Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010 tarrapaperinukke

Liite 4: Lan Len haastattelun kysymykset

Liite 1. Dressing Mimian juliste 2009

COCKTAIL

DRESSING MIMIA

MUOTINÄYTÖS

Börs Night Club (Eerikinkatu 11)
la 24.10.2009 klo: 21:00-23:00

Muotia, sirkusta ja tanssia teemalla
"nostalgia, ylellisyys, nautiskelu
ja seurapiirielämä".

www.dressingmimia.com



BÖRS
night club

monsuun

VintageLija's

JACOB'S CREEK®
Sparkling

CHI®
CATIONIC HYDRATION INTERLINK
COLORION oy
Malminkatu 21 • FI-00100 Helsinki • Finland

G.I.M.®
MILANO

MODEL AGENCY
**FASHION
TEAM**
www.fashionteam.fi

map antalis

Kauneushoitola
D-E-M-O

Suklainen

X-COPY
TULOSTUS KOPIOINTI SUUNNITTELU

kerho
KIRJEKORIT

Turun Kirjekuoritehdas

light
PRESS

finnfeelings®
SCANDINAVIAN DESIGN

Liite 2. Dressing Mimian juliste 2010



DRESSING MIMIA GOES ROCKLESQUE '10 COCTAIL-TILAISUUS & MUOTINÄYTOS

KESKIVUOKKONA 17.11.2010 KLO. 18.00 - 01.00
TURUN UPKN TALO, ESKELINKATU 5, 20100 TURKU

PÄÄSVLIPUT:
ENNAKKOON 7€
WWW.DRESSINGMIMIA.COM & WWW.TIKETTI.FI

OVELTA 10€

LIPPU SISÄLTÄÄ ALKUJUOMAN JA RUOKATARJOILUN

IKÄRAJA 18-VUOTTA

OHJELMASSA MYÖS Sirkusta, tanssia, burleskia ja muotinäytelmiä





























Liite 3. Dressing Mimia Goes Rocklesque 2010 -tarrapaperinukke



Liite 4. Haastattelurunko

Haastattelukysymykset Dressing Mimian projektipäälliköllä Lan le 6.4.2011

Dressing Mimia – projektista säännölliseksi toiminnaksi

RYHMITTELY

TAUSTAA

- Mistä Dressing Mimia tulee?
- Mikä oli Dressing Mimian päätavoite, miksi perustettiin?

TOIMINTAA OHJAAVAT PERIAATTEET

- Mitkä ovat yhdistyksen arvot, eli millaisiin arvoihin se on sitoutunut pyrkiessään päämääräänsä?
- Mikä on yhdistyksen missio, eli miksi se on olemassa mitä se haluaa edistää ja mihin päätyä?
- Mikä on yhdistyksen visio, eli millaisena se näkee itsensä 3-5 vuoden päästä?
- Millaiset ovat yhdistyksen säännöt?

TOIMINTAA OHJAAVAT KÄYTÄNNÖN TOIMENPITEET

- Miksi perustettiin yhdistys ja milloin perustettiin?
- Miksi ei perustettu esim. yritystä?
- Mikä on yhdistyksen toimintastrategia? Eli millä keinoin yhdistys pyrkii tavoitteeseensa käytännössä?
- Ketkä olivat kohderyhmät 2009 ja 2010? Mikä on kohderyhmä 2011? Onko näissä tapahtunut muutoksia?

DRESSING MIMIAN VAHVUUDET, HEIKKOUDET, MAHDOLLISUUDET JA UHAT (swot)

- Mitkä ovat mielestäsi Dressing Mimian vahvuudet? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta näihin jotenkin?
- Mitkä ovat mielestäsi Dressing Mimian heikkoudet? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta näihin jotenkin?
- Mitkä ovat mielestäsi Dressing Mimian mahdollisuudet? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta näihin jotenkin?

- Mitkä ovat mielestäsi Dressing Mimian uhat? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta näihin jotenkin?
- Mitä hyvää ja mitä huonoa yhdistysmuoto on tuonut Dressing Mimiaan?
- miten on mahdollista että on nollabudjetti
- Millaisena näet Dressing Mimian tulevaisuuden? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta siihen jotenkin?

ORGANISAATIO

- Miten Dressing Mimian toiminta on muuttunut näinä vuosina? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta siihen jotenkin?
- Kuinka paljon henkilökuntaa on mukana toteuttamassa? Miten tämä on muuttunut vuosien aikana?
- Kuinka paljon sidosryhmiä (yhteistyökumppaneita) on mukana? Mitä ne ovat? Mikä on heidän roolinsa ja merkityksensä tapahtumalle? Miten tämä on muuttunut vuosien aikana?
- Millainen on DM- organisaatio □ Mitä kukin tekee Marjukan työkuva, Markkinointiassistentin työkuva, näytöskoordinaattorin työkuva? kuka on kenenkin kanssa tekemisessä □ kaavio. Miten organisaatio on muuttunut vuosien aikana?
- Milloin päätetään esiintyjistä ja kuka päättää ja missä vaiheessa ja miksi juuri se esiintyjä? esim. Miss Divet ?
- Miten itse tapahtuma on muuttunut vuosien aikana? Laajuudeltaan? Sisällöltään? Kävijämäärältään? Toiminnoiltaan?
- Millaisia haasteita nollabudjetti on tuonut? Onko rahoitus tuonut helpotusta tai vaikeuttanut taikka muuttanut projektin alkutavoitteita? Vaikuttaako yhdistysmuotoinen toiminta siihen jotenkin?
- Kuinka pitkälle projekti on valmis laajentumaan? Onko sillä mahdollisuudet kansainvälistymiseen?
- Onko projekti saavuttanut tavoitteensa tai päämääränsä?
- Miksi Ofelia-market otettiin mukaan 2010 näytökseen ja miten sait sellaisen mahdollisuuden?